

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**



TESIS

**FACTORES CLAVE DEL EMPRENDEDOR QUE INCIDEN EN LA CREACIÓN
DE EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE LIMA, PERU**

**PRESENTADO POR
DANIEL FERNANDO VALERA OLIVARES**

**PARA OBTENER EL GRADO DE:
DOCTORADO EN FILOSOFIA CON ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACION**

MONTERREY, MEXICO

FEBRERO 2023

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN**



**TESIS
FACTORES CLAVE DEL EMPRENDEDOR QUE INCIDEN EN LA CREACIÓN
DE EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE LIMA, PERU**

Tesis Doctoral presentado por

DANIEL FERNANDO VALERA OLIVARES

Director de Tesis

Dr. Manuel Alexis Vázquez Zacarías

MONTERREY, MEXICO

FEBRERO 2023

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
División de Posgrado

**Factores Clave del Emprendedor que Inciden en la Creación de
Emprendimientos en la Ciudad de Lima, Perú**

Aprobación de la Tesis por el Comité Doctoral

Dr. Manuel Alexis Vázquez Zacarías
Director

Dra. María Margarita Carrera Sánchez
Secretario

Dra. Jeyle Ortiz Rodríguez
Vocal 1

Dra. Mónica Blanco Jiménez
Vocal 2

Dr. Juan Patricio Galindo Mora
Vocal 3

Monterrey, N.L. México

Febrero de 2023

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que enseguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias. Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Daniel Fernando Valera Olivares



Firma:

Fecha: 10 de febrero de 2023

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad de San Martín de Porres, patrocinadora del programa de Doctorado con la Universidad Autónoma de Nuevo León, por la oportunidad de formarme profesionalmente. Gracias a sus autoridades, de manera especial al Señor Rector Dr. José Antonio Chang Escobedo, por el apoyo constante y la confianza depositada para poder alcanzar este objetivo con éxito.

A mi director de tesis: Dr. Manuel Alexis Vázquez Zacarías, por transmitirme sus enseñanzas y experiencias enriquecedoras y por el tiempo dedicado en la dirección del presente trabajo de investigación.

Así también, a los miembros del comité: Dra. María Margarita Carrera Sánchez y Dra. Jeyle Ortiz Rodríguez por su vocación y su paciencia para impartir sus enseñanzas.

A mi maestra, Dra. Mónica Blanco Jiménez, quien con toda sapiencia me ha acompañado durante este programa, compartido sus conocimientos y experiencia y por haberme guiado profesionalmente hacia el camino de la excelencia y el trabajo arduo.

DEDICATORIA

A mi esposa, Erika y a mi hijo Daniel por apoyarme en este proyecto de mi vida y ser mi fuente de inspiración para poder alcanzar cada meta.

A mis padres y hermanas, así como a toda mi familia, por transmitirme su amor, apoyo y por brindarme el mejor ejemplo de respeto, responsabilidad y servicio a los demás.

ABREVIATURAS Y TÉRMINOS TÉCNICOS

ANR	ASAMBLEA NACIONAL DE RECTORES
ASEP	ASOCIACIÓN DE EMPRENDEDORES DEL PERÚ
CDE	CENTRO DE DESARROLLO EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSIDAD ESAN
EE.UU.	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA
INEI	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA
MEF	MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS DE PERÚ
MINEDU	MINISTERIO DE EDUCACIÓN
MSG	MIEMBROS DE LA SEGUNDA GENERACIÓN
MYPES	MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS
OE	ORIENTACIÓN EMPRESARIAL
PRODUCE	MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN
TEA	TASA DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPA TEMPRANA
UESAN	UNIVERSIDAD ESAN
USMP	UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES

INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	4
ABREVIATURAS Y TÉRMINOS TÉCNICOS	7
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO	13
1.1. Antecedentes del Problema a estudiar.....	13
1.2 Planteamiento del Problema de Investigación	26
1.2.1 Antecedentes Teóricos del fenómeno a estudiar	27
1.2.2 Mapa Conceptual del Planteamiento del Problema	29
1.3 Pregunta Central de Investigación	29
1.4 Objetivo General de la Investigación	30
1.4.1. Objetivos Específicos de la Investigación.....	30
1.4.2. Objetivos Metodológicos de la Investigación.....	30
1.5 Hipótesis General de Investigación.....	31
1.6 Metodología	31
1.7 Justificación y Aportaciones del Estudio.....	31
1.8 Delimitaciones del estudio.....	32
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	34
2.1. El emprendimiento como campo de estudio de la administración.....	34
2.2. Marco Teórico de la Variable Dependiente (Y) Creación de Emprendimientos... 	42
2.2.1. Teorías y Fundamentos Teóricos	42
2.2.2. Estudios de Investigaciones Aplicadas	45
2.3. Marco Teórico de las Variables Independientes	49
2.3.1. Variable Independiente X1 Habilidades emprendedoras.....	50
2.3.2. Variable Independiente X2 Rasgos de Personalidad del Emprendedor	56
2.3.3. Variable Independiente X3 Valores del Emprendedor	59
2.4. Hipótesis Específicas y/o Operativas	63

2.4.1. Modelo Gráfico de Hipótesis propuesto	64
2.5. Modelo de Relaciones teóricas con las Hipótesis.....	64
CAPITULO 3: MÉTODO DEL ESTUDIO	66
3.1. Tipo y diseño de la investigación	66
3.1.1. Tipos de investigación.....	66
3.1.2. Diseño de la Investigación.....	66
3.2. Métodos de recolección de datos.....	67
3.2.1. Elaboración de la encuesta	67
3.2.2. Métodos de Evaluación de Expertos.....	69
3.2.3. Operacionalización de las variables de la hipótesis	70
3.2.4. Población, marco muestral y muestra.....	84
3.3. Tamaño de la muestra.....	85
3.3.1. Sujetos de Estudio:.....	86
3.4. Métodos de Análisis	86
CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	88
4.1. Prueba piloto	88
4.2. Resultados finales.....	89
4.2.1. Estadística descriptiva	89
4.2.2. Validez y fiabilidad del instrumento.....	90
4.2.3. Modelo de regresión logística binaria	92
4.3. Comprobación de hipótesis	98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
REFERENCIAS	106
ANEXOS.....	117
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	122

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Índice de Actividad Emprendedora.....	15
Gráfico 2. Generación de puestos de trabajo provenientes de la actividad emprendedora en los próximos 5 años.....	16
Gráfico 3: Evolución de la intención de emprender en el Perú.....	17

Índice de Tablas

Tabla 1. Estudios sobre emprendedores.....	20
Tabla 2. Enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas.....	48
Tabla 3: Autores, publicaciones y factores del emprendedor.....	62
Tabla 4. Modelo de Relaciones teóricas con las hipótesis.....	65
Tabla 5. Operacionalización de variables: Habilidades emprendedoras – Dimensión Habilidades de liderazgo.....	71
Tabla 6. Operacionalización de variables: Habilidades emprendedoras – Dimensión Liderazgo Transformacional.....	72
Tabla 7. Operacionalización de variables: Habilidades emprendedoras – Dimensión Habilidades de comunicación.....	74
Tabla 8. Operacionalización de variables – Rasgos de Personalidad.....	76
Tabla 9. Operacionalización de variables – Valores del emprendedor.....	83
Tabla 10. Consistencia interna – prueba piloto.....	88
Tabla 11. Características de la muestra.....	89
Tabla 12. Validez de constructo de la variable habilidades emprendedoras....	90
Tabla 13. Validez de constructo de la variable rasgos de personalidad.....	91
Tabla 14. Validez de constructo de la variable valores.....	92
Tabla 15. Variables en la ecuación - Bloque Inicial.....	93
Tabla 16. Variables que no están en la ecuación - Bloque Inicial.....	93
Tabla 17. Modelo de la regresión paso 1 – Bloque 1.....	94
Tabla 18. Variables que no están en la ecuación paso 1 - Bloque 1.....	95
Tabla 19. Modelo de la regresión paso 2 – Bloque 1.....	95
Tabla 20. Variables que no están en la ecuación paso 2 - Bloque 1.....	96
Tabla 21. Modelo de la regresión Bloque 1 – Paso 1, dimensiones de la variable rasgos de personalidad.....	97
Tabla 22. Comprobación de las hipótesis de investigación.....	98

...

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas.....	44
Figura 2. Modelo del Potencial Emprendedor.....	45
Figura 3. Modelo gráfico de la hipótesis.....	64
Figura 4: Modelo de hipótesis apoyadas en la investigación.....	98

CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

En el presente capítulo se presentará la situación y los antecedentes del emprendimiento en Europa y América Latina, así como el problema a estudiar, los factores que favorecen el emprendimiento, conceptos básicos del mismo; además, se definirá la pregunta de investigación, el objetivo y la hipótesis general de la investigación.

1.1. Antecedentes del Problema a estudiar

a) El fenómeno del emprendimiento en Europa y Latinoamérica

En el informe del Banco Mundial (2014), se menciona que, a nivel regional, Europa registra las tasas más bajas de TEA (Tasa de Actividad Emprendedora). Italia, Alemania, y Bulgaria caen por debajo del 5 %. Mientras que Latinoamérica y el Caribe, junto a África, encabezan la lista con los valores más altos de actividad emprendedora en etapa temprana. En ambas regiones, aproximadamente una quinta parte de los adultos desarrolla algún tipo de emprendimiento.

A nivel regional, la intensidad de la innovación es más alta en América del Norte, con un 39 %, y más baja en África, con un 20%. Sin embargo, existen ejemplos destacables en los que las altas tasas de TEA también responden a sólidos niveles de innovación. Chile es uno de estos casos representativos, ya que el 24% de la población adulta está iniciando o gestionando un nuevo negocio y, de ellos, el 57% ha mencionado que está introduciendo productos o servicios innovadores.

El informe del Banco Mundial (2014) señala que, la región dependerá de alcanzar un número mayor de emprendedores “transformacionales” que en la actualidad. Según este informe, prácticamente uno de cada tres trabajadores en la región es autónomo o un pequeño empleador y contrariamente a lo que se cree

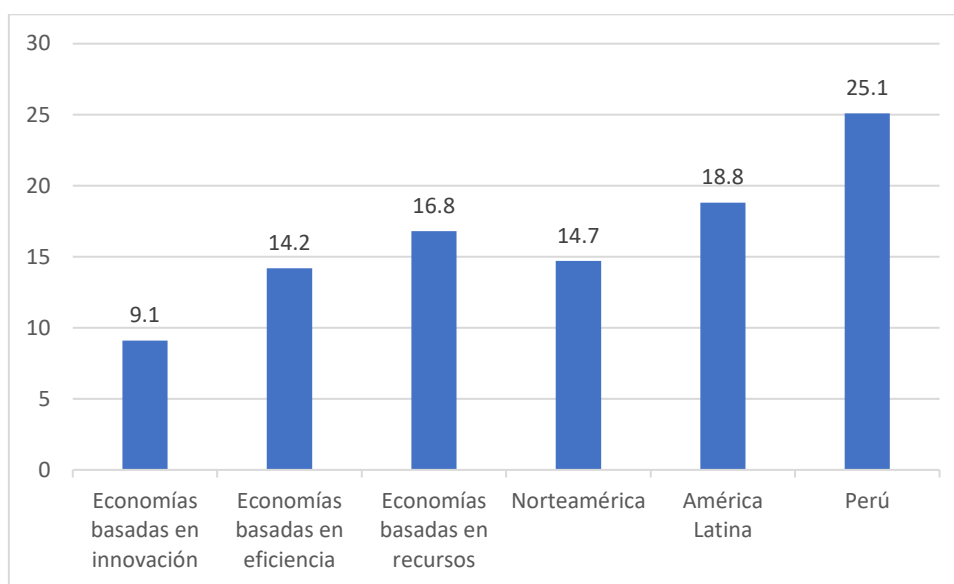
popularmente, la proporción de las pequeñas empresas registradas formalmente también es comparativamente grande. Pero pocos de estos emprendedores llegan alguna vez a contratar un trabajador. La mayoría siguen siendo muy pequeños incluso tras décadas de operación.

El informe muestra que la realidad empresarial en América Latina se ve entorpecida por la baja innovación existente, ya que las empresas latinoamericanas introducen productos nuevos a un ritmo menor que las empresas de otras regiones en desarrollo. Países como Ecuador, Jamaica, México y Venezuela introducen o desarrollan productos nuevos a un ritmo que es menos de la mitad versus los países como Tailandia o Macedonia.

Con la excepción de Brasil, que invierte el 1% de su PIB (Producto Interno Bruto) en Investigación y Desarrollo (I+D), en promedio la región invierte mucho menos (por debajo del 0.5%), es decir, solo un tercio del nivel de China y un cuarto del nivel de los países de ingreso alto. Quizás lo más sorprendente, es que incluso las empresas más grandes de América Latina sufren de esta falta de innovación; en las principales naciones exportadoras de la región, como Chile, Colombia y México, el porcentaje de empresas que eligen exportar es mucho menor que lo esperado dado su nivel de desarrollo (Banco Mundial, 2014).

Por otro lado, según el informe de Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2016 – 2017), el 55% de los empresarios de todo el mundo esperan crear, al menos, un puesto de trabajo en los próximos cinco años. Durante el último año, la actividad emprendedora se mantuvo estable o aumentó en aproximadamente dos tercios en todas las economías encuestadas tanto para el 2015 como para el 2016. Las tasas de actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) tienden a ser más altas en las economías basadas en recursos (16.8 %) que en innovación (9.1 %), ver Gráfico 1.

Gráfico 1. Índice de Actividad Emprendedora

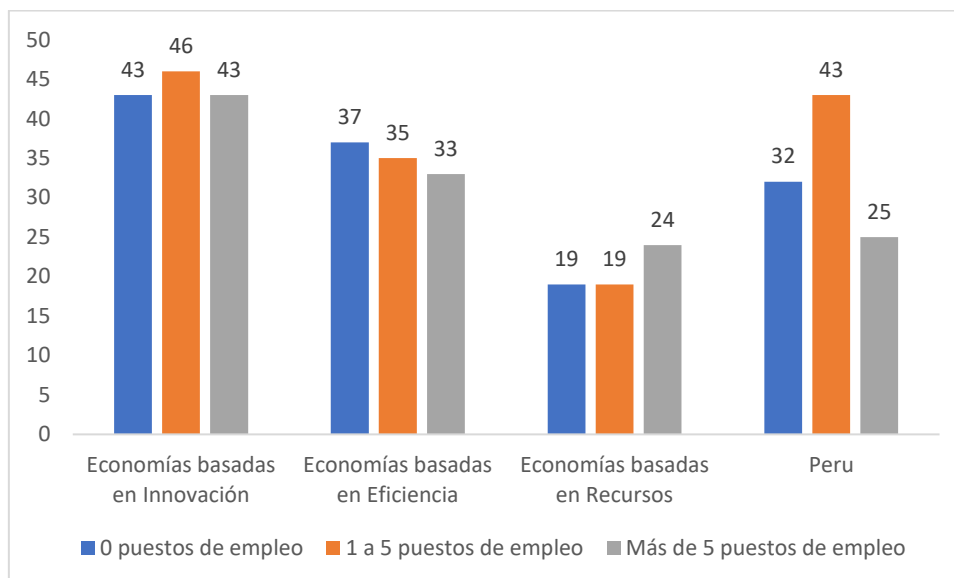


Fuente: Elaboración Propia a partir del GEM (2016-2017)

b) Emprendimiento en el Perú y sus cifras

A pesar de los avances en el apoyo al emprendimiento, aún hay una agenda de temas pendientes de resolver si se tiene en cuenta que, según el INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática, en el Perú se crean un promedio de 853 empresas, pero se cierran 469 por día. Según el informe de GEM Perú (2016–2017), el Perú ocupaba el cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica, teniendo una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 25.1%, por encima de la TEA de Latinoamérica (18,8%). “En nuestro país, 25 de cada 100 peruanos se encuentran involucrados en algún tipo de actividad emprendedora”, afirmó Jaime Sérída, decano de ESAN y líder el equipo GEM Perú (Gestion.pe, 2017). El informe de GEM (2016-2017), reporta que el emprendimiento se encuentra en aumento a nivel mundial y que la construcción de un ecosistema empresarial favorable será clave para la generación de empleo. Los países involucrados en el estudio GEM al 2016 comprendieron el 69.2% de la población mundial y el 84.9% del PBI mundial.

Gráfico 2. Generación de puestos de trabajo provenientes de la actividad emprendedora en los próximos 5 años



Fuente: Elaboración Propia a partir del GEM (2016-2017)

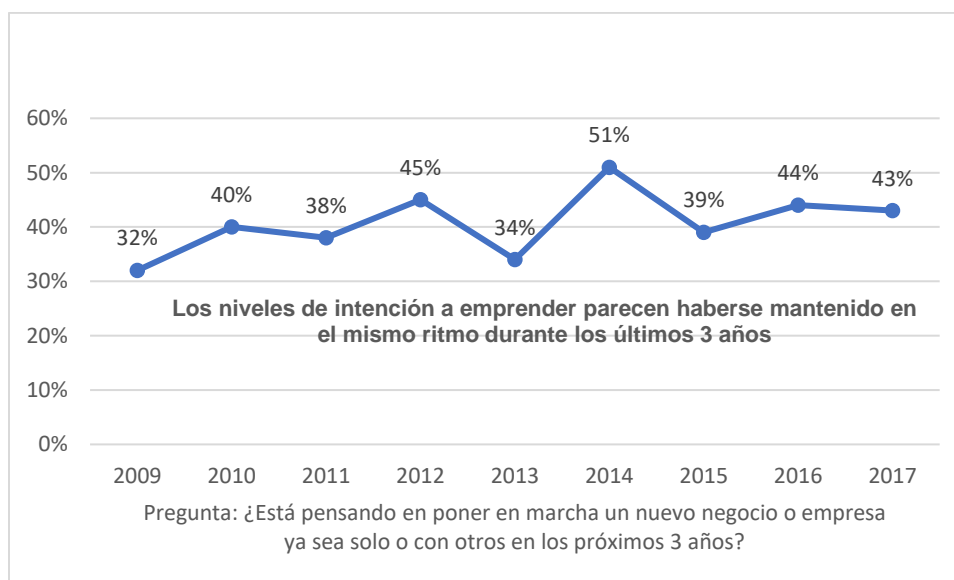
Continuando con el estudio de GEM (2016-2017, p8.), dentro de sus principales resultados, menciona que “los emprendimientos en etapa temprana son desarrollados en su mayoría (57%) por jóvenes adultos de entre 18 y 34 años. Este grupo generalmente emplea entre 1 y 5 trabajadores”. En cuanto a la motivación para emprender, el 55.6% de los emprendimientos en etapa temprana es el resultado del aprovechamiento de oportunidades, mientras que el 25.2% lo es por necesidad. Respecto al informe del año 2013 de GEM, “se ha presentado una ligera variación, pero la tendencia muestra que la naturaleza del emprendimiento peruano está cambiando a favor de la explotación de oportunidades, en forma lenta pero sostenible”.

En un último artículo publicado en el Diario Gestión (2018), el Perú ocupa el primer lugar en cuanto al índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica y quinto a nivel mundial con un valor de 0.37 puntos, según el informe del GEM (2017-2018). Este resultado se encuentra muy por encima del promedio de la región (0.10). Colombia (0.29), Chile y Ecuador (0.28) ocupan la segunda y tercera posición.

El estudio realizado por la Universidad Esan, (GEM, 2017-2018) considera la percepción de existencia de oportunidades, conocimientos, habilidades y experiencia para explotarlas de manera exitosa, en el índice del espíritu emprendedor. Son 54 países provenientes de cinco continentes los que participaron en esta edición. La percepción optimista del peruano sobre el espíritu emprendedor se materializa en los elevados valores que alcanzan sus percepciones sobre la existencia de oportunidades (56%), los conocimientos y habilidades previas para emprender (68%) y el bajo miedo al fracaso (31%).

Otro aspecto que se indica en el artículo de Gestión (2018) es que, pese al alto nivel de intención a emprender Ver Gráfico 3, ello solo refleja la predisposición para poner en marcha una iniciativa, no la disposición para identificar oportunidades y sacarlas adelante, destacó Carlos Guerrero, investigador del equipo peruano de GEM (2017-2018). El informe también revela que el 43% de los peruanos están dispuestos a iniciar un negocio en los próximos tres años. Con este resultado, el Perú ocupa la posición seis en cuanto a intención de emprender en la región. Colombia lidera el ranking latinoamericano con 53% seguido de Ecuador con 48%.

Gráfico 3: Evolución de la intención de emprender en el Perú



Fuente: Elaboración Propia a partir de la Universidad Esan (2018)

Como se aprecia en el Gráfico 3, el nivel de intención a emprender en el Perú se ha mantenido estable en los últimos años, pero por debajo de lo registrado en el 2014, cuando llegó hasta 51%. Asimismo, el estudio detalla que en el Perú el 65% está de acuerdo que emprender un negocio es una elección de carrera profesional deseable; el 63% señala que quienes tienen éxito al emprender un negocio gozan de estatus y respeto y el 75% indican que a menudo se habla de emprendedores que han tenido éxito en los medios de comunicación. Sin embargo, el Perú cuenta con una elevada tasa de mortandad de los emprendimientos (6.2% frente a 5.2% del promedio de la región) y los bajos niveles de innovación (17.8% frente a 23% del promedio de la región) existentes en la gran mayoría de ellos, añade Jaime Sérida, profesor de la Universidad Esan y líder del equipo GEM Perú (2017-2018).

c) El emprendimiento, el emprendedor y las incubadoras

Según Bravo García (2013), menciona que el emprendimiento juega un papel importante en la iniciativa empresarial, puesto que ésta ha requerido de la actitud emprendedora de los diferentes individuos que participan en ella, quienes poseen rasgos psicológicos, y, su comportamiento viene condicionado por otros factores de naturaleza externa (Robbins y Decenzo, 1996). En consecuencia, para que las instituciones educativas, que cuenten, por ejemplo, con incubadoras de empresas cumplan con eficacia su función, es fundamental contar con individuos emprendedores dotados con esas características que definen los buenos emprendedores.

Las investigaciones han proporcionado contribuciones notables en este tema del emprendimiento. Así, Davidsson (1991) y Woo, Cooper y Dunkelberg (1991), en un estudio empírico en el que entrevistaron a 2.994 personas descubrieron dos tipos de emprendedores: por un lado, un emprendedor oportunista y motivado por el aspecto financiero y crecimiento de la empresa y, por otro lado, un emprendedor artesano que busca independencia y se enfoca en actividades de interés personal. Por otro lado, Bull y Willard (1993) en otra investigación, concluyen que el

emprendedor se caracteriza por ser una persona capaz de realizar tareas combinadas, impulsadas por la motivación y la expectativa de obtener ganancias personales.

El estudio de Tiessen (1997), realizado en Suecia, con una muestra de 540 empresarios, muestra que el crecimiento de una empresa depende de la capacidad, la oportunidad, la necesidad, las características individuales y la posibilidad de establecer relaciones sociales. El individualismo y el colectivismo contribuyen al desarrollo económico, como también a la innovación, la flexibilidad y la movilidad de recursos a través de la iniciativa empresarial (Tiessen, 1997).

En una investigación realizada en Holanda por Sagie y Elizur (1999), demuestran, en un análisis sobre una muestra de 285 estudiantes de la Facultad de Economía y Empresariales, que la orientación emprendedora se asocia con la actitud a solucionar problemas, al desafío de la incertidumbre y a la necesidad de logro. Por su parte, Kjellman y Ehrsten (2005), en un análisis conceptual, consideran que la iniciativa empresarial debe formar parte de los planes de estudio, haciendo énfasis especial en el entrenamiento social e intuitivo. Wiklund, Patzelt y Shepherd (2009) descubren que el crecimiento empresarial está relacionado con el individuo, la empresa y el entorno.

En Nueva Zelanda, otra investigación con una muestra de 932 empresarios puso de manifiesto un deseo de crecimiento empresarial controlado (Kirkwood, 2009). En dicha investigación se argumenta que el empresario es el rostro humano de la economía; en el mercado se establecen relaciones continuas y éstas fomentan la innovación, y esas relaciones se fundamentan en la figura del empresario (Casson, 2009). Sin la actividad del empresario, no se producirán innovaciones en el mercado y si no hay innovación, las ventas se estancarán o reducirán, por lo que las relaciones basadas en el empresario se hacen absolutamente necesarias.

La presencia de empresarios constituye actualmente la base de la economía, por eso el fomento del espíritu empresarial es de vital importancia y la consideración de los rasgos de personalidad de los emprendedores constituye un factor básico en las iniciativas de promoción y desarrollo de ese espíritu (Zhao, Seibert y Lumpkin, 2009). En la Tabla 1, se muestra la caracterización del tipo de emprendedores encontrados mediante un meta-análisis comparando varios estudios sobre el tipo de emprendedor, características y su relación con las incubadoras de empresas (Bravo, 2013).

Tabla 1. Estudios sobre emprendedores

Autores	Naturaleza del Trabajo	Tipo de Emprendedores	Objetivos	Bases Teóricas	Contexto y Muestra de Estudio	Metodología	Conclusiones
Kirkwood (2009)	Teórica y empírica	Orientados al control	Percepción del empresario frente al crecimiento de su empresa	Teoría de Crecimiento	Nueva Zelanda 932 empresarios	Análisis cualitativo y cuantitativo Cuestionarios	- Deseo de un crecimiento empresarial controlado.
Casson (2009)	Teórica	Como fundador Gerente propietario	Esbozar Teoría en Iniciativa Empresarial	Teoría de los Negocios y la Historia Económica	Implícita	Análisis Conceptual	- Los empresarios son el rostro humano de la economía de mercado. - La iniciativa del individuo establece relaciones continuas con el mercado - Las relaciones fomentan la Innovación.
Zhao et. al (2010)	Teórica	Gerente Ejecutivo Innovador de relaciones	Evaluar el papel de la personalidad en el proceso empresarial	Teoría de La Personalidad	Implícita	Análisis Conceptual, Meta - análisis	- La personalidad, elemento importante en el espíritu empresarial factor positivo en la economía. - Fracaso de un empresario puede afectar la economía. Se debe fomentar el espíritu empresarial.
Åedra et. al (2007)	Evidencia empírica	Orientados a la Innovación	Evaluación del perfil de incubadoras de empresas en Europa	Teoría Económica	Europa 654 incubadoras 581 organizaciones	Estadística descriptiva Cuestionarios	- Los emprendedores no deben sentir temor al pertenecer a las incubadoras puesto que son generadoras de valor agregado. - Una incubadora es un instrumento poderoso y el sector merece una atención considerable para asegurar su solidez y capacidad competitiva.
Sarah y Cooper (2008)	Evidencia empírica	Orientado al Conocimiento e innovación	Definir cómo el entorno en el que operan las empresas analizadas ha influido en el desarrollo del conocimiento y la experiencia de los individuos.	Teoría Económica	Aberdeen, Escocia, y Ottawa, Canadá, en 31 empresas	Método comparativo Cuestionarios Entrevistas semiestructuradas	- Comunidades innovadoras de alta tecnología no se casan solo para las organizaciones en la vanguardia del desarrollo de la tecnología, sino también los entornos favorables para aprovechar oportunidades emergentes.

Fuente: Elaboración Propia a partir de Bravo, 2013

Respecto al rol de las incubadoras, según Bravo (2013), los emprendedores se convierten en actores claves del desarrollo económico. Por esta razón, los gobernantes buscan estrategias que faciliten y favorezcan las iniciativas empresariales. Y las incubadoras de empresas han venido desempeñando un rol importante como instrumento catalizador del espíritu empresarial, por ser cuna de emprendedores dotados de cualidades de liderazgo, capaces de poner en marcha proyectos de gran impacto económico y social (Aerts, Matthyssens y Vandembemt, 2007).

Las incubadoras de empresas tienen el objetivo de animar a las iniciativas empresariales y de apoyar a las empresas nuevas en el desarrollo de productos innovadores (Aernoudt, 2004). Los emprendedores que crean empresas tendrán debilidades, pero también fortalezas, y es ahí, en potenciar esas fortalezas y corregir las debilidades, donde se deberán enfocar los objetivos de las incubadoras (Robbins y Decenzo, 1996).

Para culminar y entender mejor el concepto de emprendimiento, Bravo (2013) lo define como el desarrollo de proyectos que persiguen fines económicos, políticos o sociales y, en este sentido, se deberán destacar características a individuos con capacidades emprendedoras, y, menciona que las incubadoras de empresas se entienden como entidades impulsoras del emprendimiento, que han de tener en cuenta las características de los distintos tipos de emprendedores.

Citando a Fuentes y Sánchez (2010), quienes demuestran en su estudio que no ha sido posible establecer un perfil concreto de aquellos individuos que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (García Lillo y Marco Lajara 1999, Hernández, 1995; Naffziger et al., 1994; entre otros). Tampoco parece posible generalizar la existencia de una relación fuerte entre las características del empresario y su posterior éxito (Brockhaus y Horwitz, 1986; McDougall, Robinson y DeNisi, 1992; entre otros).

Como se menciona en la investigación de Carrera Sánchez, Partida Puente y Villarreal Villarreal (2016), la cual es una de las pioneras en identificar los factores del emprendedor y cómo favorecen el desarrollo de una visión empresarial (desarrollo de nuevos negocios); los resultados muestran la significancia de la variable (X4) valores y los rasgos de personalidad (X6), con un impacto positivo en los estudiantes universitarios en la generación de nuevos negocios, mientras que las variables de estudio (X1) habilidades, (X2) las herramientas, (X3) los conocimientos, (X5) los talentos, no son significativas. Cabe recalcar que dicho estudio se delimitó a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León, se utilizó el método científico mediante un estudio cuantitativo y cualitativo de acuerdo con una regresión lineal simple.

En cuanto a las competencias del emprendedor se inicia el presente punto citando a Brockhaus (1980), quien define al emprendedor como un dueño y administrador de una empresa que no se emplea en cualquier otro lugar. Aunque esta definición no es la única, ya que Palmer (1971) y Draheim (1972) según un estudio, tocan otras definiciones, que la complementan e indican que sea un nuevo negocio o una nueva propuesta en la organización (Lachman, 1980). Por otro lado, y, de acuerdo con Baum, Frese, Baron y Katz (2007), el ser emprendedor es fundamentalmente algo personal y son los factores personales los que influyen en el éxito organizacional.

Continuando con el estudio de De la Garza Carranza, et al (2017) quien cita a Kiss, Danis y Cavusgil (2012) quienes proponen que el estudio de los emprendedores internacionales es uno de los temas que tiene mayor actualidad, sobre todo si se trata de las economías emergentes, como es el caso de Perú y muchas naciones de Sudamérica. Se menciona que en una investigación realizada recientemente en Nigeria, Ibrahim y Masud (2016) reportaron una relación entre la orientación emprendedora, habilidades del emprendedor, intenciones emprendedoras y los factores ambientales.

Otros autores -según el estudio De la Garza Carranza et al. (2017)-, como Hisrich y Peters (1992), así como Sadler-Smith, Hampson, Chaston y Badger (2003), consideran que, para crear o desarrollar organizaciones empresariales, se debe someter a un proceso para crear algún producto o servicio con un valor agregado, dedicando el tiempo y esfuerzo necesario para su creación, como también asumir riesgos psicológicos, financieros y sociales, cuya recompensa resultante sea monetaria y personal, lo que estos autores definieron como emprendedores.

Así mismo, Mumford, Zaccaro, Harding, Jacobs y Fleishman (2000) consideran que un líder es un individuo que ejerce influencia sobre las otras personas a través de sus conductas y comportamientos con la finalidad de lograr objetivos organizacionales. Sin embargo, el ejercer un liderazgo efectivo en los emprendedores conlleva adquirir comportamientos, habilidades, capacidades, conocimientos y las variables de personalidad, a fin de poder resolver los problemas organizacionales que se presenten (Connelly, Gilbert, Zaccaro, Threlfall, Marks y Mumford, 2000; Zaccaro, Mumford, Connelly, Marks y Gilbert, 2000).

También se menciona en el estudio, como las organizaciones empresariales son creadas y gestionadas a través de individuos que tienen ciertas capacidades, habilidades, conocimientos, rasgos de personalidad y comportamientos, que mediante estas competencias personales influyen en otros individuos para crear o gestionar empresas, en este sentido, se habla de individuos emprendedores en busca de nuevas oportunidades de negocio.

Según se aprecia en el estudio, las competencias emprendedoras pueden ser gestionadas por un gerente que no cuente con competencias de emprendedor o, en su defecto, por el mismo emprendedor de una organización, ambos como empresarios y propietarios de pequeñas empresas; en ambos casos, existen similitudes y diferencias entre estos individuos, cuyas diferencias se enfocan principalmente en la rentabilidad y el crecimiento en el comportamiento sobre el

manejo de los negocios. En este sentido, la preocupación de los gerentes no emprendedores radica en asegurar el ingreso con la finalidad de satisfacer sus necesidades inmediatas (SadlerSmith, Hampson, Chaston y Badger, 2003). Por otro lado, los empresarios emprendedores muestran mayor motivación de logro, corren riesgos y son innovadores (Hodgetts y Kuratko, 2001).

Como se menciona en la investigación de Carrera Sánchez et al. (2016), la cual es una de las pioneras en México, en identificar los factores del emprendedor y como favorecen el desarrollo de una visión empresarial (desarrollo de nuevos negocios), la aportación del presente estudio permitirá implementar estrategias en las instituciones educativas donde se consideren los factores significativos de esta investigación como son: los valores y los rasgos de personalidad en el estudiante, para generar una visión emprendedora, en los valores se deben desarrollar la creatividad, autonomía, confianza en sí mismo, tenacidad, sentido de responsabilidad, capacidad para asumir riesgos, liderazgo, espíritu de equipo, solidaridad y respeto, y con respecto a los rasgos de personalidad, se deben tener un alto nivel de energía y entusiasmo para emprender, comportarse con calma en situaciones de ambigüedad o inciertas, aceptar desafíos y tomar riesgos calculados, trabajar lo suficiente para dar resultados, contar con ideas de tal manera de hacer diferente las cosas, tener buena relación con los compañeros de trabajo, supervisar los trabajos de los demás, obtener retroalimentación de su trabajo, establecer sus propios estándares y colocarse en situaciones donde tome iniciativa.

Una segunda investigación, titulada “Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia”, llevada a cabo por Calderón y Espinosa (2019), se buscó identificar los factores más relevantes que contribuyen a la creación y permanencia de empresas encabezadas por mujeres en México, para ello se define el perfil de las mujeres que inician un negocio y las condiciones en las que se suman a esta actividad. Dicha investigación fue de naturaleza descriptiva, basada en fuentes estadísticas y documentales, se revisan datos del

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y del Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES).

Cabe recalcar que los resultados muestran, que las mujeres se han visto afectadas de manera severa por el desempleo y la precariedad del mercado de trabajo, que el emprendimiento femenino surge, principalmente como una manera de hacer frente a la pobreza y marginación de sus familias y no como una forma de hacer uso productivo de recursos materiales, físicos e intelectuales. Según la revisión bibliográfica y el análisis de los datos estadísticos del estudio, se identificaron algunos de los factores más relevantes que contribuyen a la creación y permanencia de nuevos negocios liderados por mujeres. Dentro de ellos se identificaron el acceso al financiamiento, el cual se presenta más como una barrera: “los intereses son muy altos, si de financiamiento se refiere, los impuestos y las obligaciones laborales constituyen una pesada labor para el emprendedor” (Amaru, 2008:7). El segundo factor o grupo se enfoca en las habilidades y conocimientos de las mujeres, adquiridos de primera mano o a través de programas gubernamentales, que no necesariamente son los más eficientes, y, que en ocasiones no se relacionan con sus reales necesidades e intereses. Finalmente, y, de acuerdo con el estudio, se considera los últimos dos factores: el acompañamiento y el entorno económico y programas públicos.

El primero de estos según Robinson, Díaz-Carrión & Cruz, (2019:103), indican que “requiere centrarse en la empatía, la capacitación constante y el logro equilibrado de avances en las dimensiones consideradas en el empoderamiento: económica, personal, familiar y sociocultural, en la esfera pública y privada”. Y el segundo, según los resultados del estudio, se sugiere que es importante que en la construcción de políticas públicas se consideren las condiciones, las necesidades y las motivaciones que tienen las mujeres para crear sus propias empresas, para que los apoyos gubernamentales impulsen la sobrevivencia y el crecimiento de estos emprendimientos.

1.2 Planteamiento del Problema de Investigación

Como se observó en los antecedentes del problema a estudiar, existe un crecimiento importante del emprendimiento en el Perú, según el Global Entrepreneurship Monitor 2016-2017, el Perú continúa ocupando el cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica, teniendo una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 25,1%, por encima de la TEA de Latinoamérica (18,8%). Sin embargo, basados en la investigación documentaria (tesis, estudios, ponencias, artículos científicos y académicos) se aprecia una falta de consenso con respecto a qué factores clave del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos de Lima, Perú, lo cual se cree que es un aspecto crítico para los emprendedores, dado que según el INEI (2018), en el Perú se crean un promedio de 853 empresas, pero se cierran 469 por día y en su mayoría son emprendedores quienes las inician y sostienen dichos emprendimientos. Algunas causas del problema podrían ser:

- Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010), mencionan en su estudio que no ha sido posible establecer un perfil concreto de aquellos individuos que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (García Lillo y Marco Lajara 1999, Hernández, 1995; Naffziger et al., 1994; entre otros). Tampoco parece posible generalizar la existencia de una relación fuerte entre las características del empresario y su posterior éxito (Brockhaus y Horwitz, 1986; McDougall, Robinson y DeNisi, 1992; entre otros).

- Según los primeros estudios sobre el particular -emprendedor- se centraron en las características personales que diferenciaban los emprendedores de los que no son. Pero dada la diversidad y complejidad de la realidad emprendedora, los resultados no fueron muy productivos (Carrera Sánchez, María Margarita, Partida Puente Abel, Villarreal Villarreal, Luis Alberto, 2012)

- Gartner (1985) plantea que la complejidad y variedad de los emprendedores hizo imposible lograr caracterizar un emprendedor promedio y por ende la

construcción de una base teórica común a este tema (Bygrave, 1989) Gartner (1985) propone considerar como elementos esenciales del estudio del emprendedor: a) el entorno, b) las características del individuo, c) el proceso, y d) la organización creada.

- Bygrave y Hofer (1991) proponen que la delimitación del campo de conocimiento del espíritu emprendedor se amplíe y que además del estudio de las características personales y las funcionales del emprendedor incluya el estudio del proceso emprendedor y sus características; y, proponen considerar el proceso emprendedor como un conjunto de funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidad y la creación de la organización para explotarla

- La mayoría de los estudios que enfatizan los factores psicológicos han sido muy cuestionados en el terreno académico porque tienden a subordinar las actividades económicas como una función de la personalidad de los actores, rebajando el papel que juega el entorno socioeconómico en la formación de la empresarialidad. (Carrera Sánchez, María Margarita, Partida Puente Abel, Villarreal Villarreal, Luis Alberto, 2012)

Dada esta situación, se puede argumentar que esta investigación se presenta como una gran oportunidad para identificar al emprendedor, sus factores clave y sobre todo cómo estos podrían potenciarse y lograr un impacto positivo en la creación de emprendimientos.

1.2.1 Antecedentes Teóricos del fenómeno a estudiar

Según lo visto en el artículo publicado por Bardales en el Diario Gestión (2015), menciona que “la década de los 90 encontró al Perú tratando de superar las épocas de hiperinflación y caos que se vivía en el país, lo cual demandó muchos años para poder superarlo. Esta situación generó que, por muchos años, los habitantes de provincias migraran hacia la capital -Lima- en búsqueda de

oportunidades de mejorar su situación económica pero la situación les fue adversa, por lo que comenzó a tomar fuerza la creatividad del peruano para subsistir. Es así como, surge el término “emprendimiento”, aunque eso se vio motivado por la necesidad. ¿Qué es el emprendimiento por necesidad?, pues implementar una idea de negocio de forma apresurada, sin conocer si tenía o no el potencial de mercado para generar ingresos” (Diario Gestión, 2015)

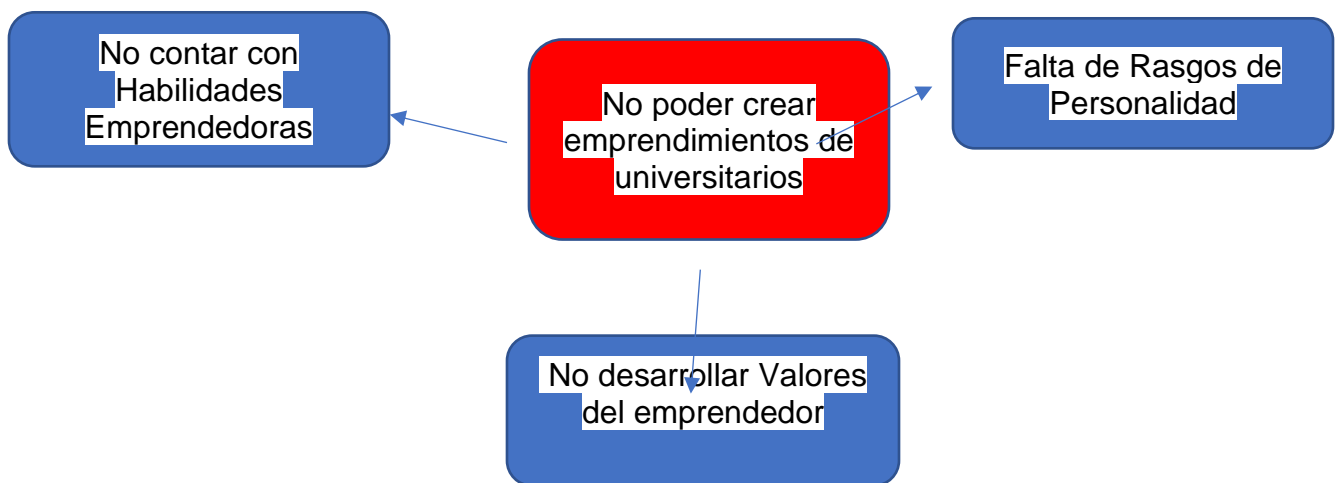
Con base al artículo de líneas arriba, podemos mencionar que el origen del emprendimiento se debió a la falta de oportunidades de empleo en la década de los 90, lo cual empujó a las personas a buscar propio empleo y crear empresas, pero según Bardales, la gran mayoría eran motivados por la necesidad, y, los emprendimientos se concentraban en los sectores de Comercio y Servicios.

Complementando lo dicho, Bronny Loayza, gerente de Perú Global Projects, menciona que “el emprendedor peruano se ha hecho por necesidad, ha gestionado su propia oportunidad de hacer empresa, ha comenzado de cero, lamentablemente el gobierno no tiene políticas públicas, no las ha tenido y no las tiene hoy en día de apoyo al emprendimiento” (Diario Gestión, 2015). Además, agrega que “esa falta de apoyo del gobierno ha hecho que los emprendedores formen clusters industriales y empresariales en Villa El Salvador, Los Olivos o en el Emporio Comercial de Gamarra” (Diario Gestión, 2015), distritos de Lima Metropolitana, donde se concentran las principales empresas emergentes que iniciaron como emprendimientos.

Con esta información, se tratan de resumir los orígenes del emprendimiento en el Perú y creemos necesario que diversas instituciones -no solo las educativas- deben fomentarlo con la finalidad de aprovechar las oportunidades y que estos no sólo se inicien por la necesidad, además, de aprovechar las nuevas tendencias relacionadas al emprendimiento familiar y creación de empresas.

Cabe recalcar que en la investigación desarrollada por Carrera Sánchez et al. (2016) se escogieron 6 variables independientes (Habilidades, Herramientas, Conocimientos, Valores, Talentos y Rasgos de la personalidad) de las cuales 2 (Valores y los Rasgos de Personalidad) contaron con un impacto positivo en los estudiantes universitarios en la generación de nuevos negocios, y, en el estudio realizado por Chatterjee y Das, (2016), la variable independiente (Habilidades emprendedoras y sus dimensiones) tuvo un impacto positivo en la creación y éxito de los negocios, además, en la investigación de Tomzick et al. (2013) se menciona el argumento de que los valores de los empresarios influyen en gran medida en el éxito de una nueva. Por tanto, esta investigación se enfocará en evaluar si las 3 variables independientes, Habilidades emprendedoras, Rasgos de Personalidad del emprendedor y Valores del emprendedor, de los estudios citados, inciden en la creación de emprendimientos (creación de nuevos negocios).

1.2.2 Mapa Conceptual del Planteamiento del Problema



1.3 Pregunta Central de Investigación

¿Qué factores clave del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú?

1.4 Objetivo General de la Investigación

Analizar los factores clave del emprendedor que permiten incidir en la creación de emprendimientos de los estudiantes universitarios en la ciudad de Lima, Perú. Lo que permitirá identificar y potenciar las principales cualidades a desarrollar en el emprendedor por parte de las universidades que le permitan generar y sostener sus emprendimientos.

1.4.1. Objetivos Específicos de la Investigación

A continuación, se presentan los objetivos específicos de la presente investigación:

- Analizar las habilidades del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.
- Analizar los rasgos de la personalidad del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú
- Analizar los valores del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.

1.4.2. Objetivos Metodológicos de la Investigación

Esta investigación contará con las siguientes etapas:

- Describir la evolución del emprendimiento, los factores del emprendedor y cómo estos –los factores- favorecen la creación de emprendimientos
- Establecer el Marco teórico enfocado en el emprendimiento, los factores del emprendedor presente en las universidades privadas y públicas de Perú y cómo estos favorecen el desarrollo de una visión empresarial.
- Definir la muestra poblacional y los tipos de instrumentos de evaluación a emplear en la investigación cuantitativa.
- Desarrollar y validar los instrumentos y el tratamiento estadístico de los datos a recabarse.

- Aplicar los instrumentos a los alumnos identificados dentro de la universidad
- Presentar de resultados y conclusiones científicas.

1.5 Hipótesis General de Investigación

Las Habilidades Emprendedoras, los Rasgos de Personalidad del emprendedor y los Valores del emprendedor son factores clave que inciden positivamente en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.

1.6 Metodología

El método de investigación es cuantitativo, el tipo de investigación será exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. Es una investigación transversal y/o transeccional y con diseño no experimental.

1.7 Justificación y Aportaciones del Estudio

Justificación Práctica:

Luego de realizarse la investigación, creemos que las universidades privadas y públicas e Institutos superiores, podrán beneficiarse al contar con la identificación de los factores clave del emprendedor de Lima de las universidades privadas y públicas de Perú que inciden en la creación de emprendimientos, lo cual podría emplearse como base para la creación de más emprendimientos consistentes, fuentes de desarrollo y sostenibilidad para el país.

De igual manera, al emprendedor de Lima, le permitirá realizar un diagnóstico de cuáles son los factores clave que posee y le faltarían potenciar para crear nuevos emprendimientos y de esta manera pensar en estrategias que le permitan desarrollar nuevos y sostenibles negocios.

Justificación Teórica:

La presente investigación se realizará con el propósito de aportar al conocimiento y comprensión del emprendimiento, y, cómo los factores clave del emprendedor de Lima favorecen la creación de emprendimientos, lo que permitirá a las instituciones educativas que poseen incubadoras de negocios, el potenciar su gestión y sus indicadores a nivel de calidad educativa, con la finalidad brindar mejores competencias que puedan hacer sostenibles los emprendimientos actuales, en tránsito y futuros. Además, permitirá fortalecer el conocimiento sobre las diferencias existentes entre las corrientes de pensamiento; ya sea las que consideran que un solo factor tiene mayor grado de influencia en la creación de emprendimientos o quienes opinan que los factores logran un mayor nivel de influencia de manera conjunta.

Justificación Metodológica:

Esta investigación presenta una revisión de los últimos 5 años de literatura orientadas a la identificación de los factores clave del emprendedor presente en las universidades privadas que favorecen la creación de emprendimientos, necesaria para lograr una mayor comprensión del tema-

1.8 Delimitaciones del estudio

Delimitación geográfica: Esta investigación se desarrolla geográficamente en el Sur de la ciudad de Lima, Perú en donde se encuentran las universidades objeto de estudio.

Delimitación demográfica: El objeto de estudio de esta investigación son diferentes facultades dentro de las principales universidades privadas que cuentan con incubadoras de negocios. Los sujetos de estudio son los alumnos de pregrado de 7mo ciclo en adelante y alumnos de posgrado que podrían considerarse emprendedores.

Ya presentados los antecedentes teóricos, el planteamiento del problema, definidos la pregunta, los objetivos y la hipótesis general del estudio, se continuará con la revisión de la literatura en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presentará al emprendimiento como campo de estudio de la administración, los conceptos de emprendimiento a través del tiempo, los distintos enfoques de estudio de los factores clave del emprendedor, los modelos que se han elaborado con base en estos elementos y su relación con la creación de emprendimientos, y, se profundizará en la revisión de la literatura de las variables de estudio.

2.1. El emprendimiento como campo de estudio de la administración

Betancourt (2004, p. 107) menciona que “en el contexto histórico que va de la Revolución Industrial hasta el Siglo XXI, conviene hacer referencia al concepto del emprendimiento y su relación con la administración, los procesos de gestión y la creación de nuevas empresas y organizaciones y así contar con un panorama integral del entorno emprendedor y objeto de estudio de la presente investigación”. En dicho artículo, se menciona al economista francés Jean Baptiste Say quien inventó la palabra Entrepreneur hacia el año 1803; para él, el hombre "emprendedor es el que altera y desorganiza". Además, estableció la primera diferenciación entre el empresario y el capitalista y definió al empresario como "el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y recursos financieros) para construir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que él emplea, los gastos en que incurre y de la utilidad que busca" (Várela 2001, p. 60).

Betancourt (2004), también menciona que en la Literatura Anglosajona el concepto del emprendimiento está referido a: "Entrepreneur", "Entrepreneurship", "Entrepreneurial"; etc. En inglés, la palabra entrepreneur, que en realidad es una palabra de origen francés, significa lisa y llanamente empresario. Sin embargo, en los últimos años esta palabra ha ido adquiriendo una connotación semántica especial, que Pouchol (2003) resume así: "un entrepreneur es una persona, hombre,

mujer o equipo de personas, que monta su propio negocio, normalmente de pequeño tamaño”, por alguna de las razones que siguen:

- * Ser sus propios jefes.
- * Construir su propio proyecto de vida y el de sus familias.
- * Poder poner en práctica sus ideas creativas.
- * Ponerse a prueba a sí mismos y ser útiles a los demás.

Por tanto, Betancourt (2004), comenta que “algunos entrepreneurs eligen esta opción desde el principio, sin haber trabajado antes en ningún otro sitio, otros llegan al entrepreneurship desde la empresa, frecuentemente desde la gran corporación. Unos optan por establecerse por propia voluntad, otros porque perdieron su puesto de trabajo y es la única manera de conseguir una ocupación y unos ingresos”. Las connotaciones actuales de la palabra entrepreneur son las de independencia, de libertad, de creatividad. Como en castellano la palabra empresario no siempre significa exactamente lo que se acaba de mencionar, se traduce entrepreneur por emprendedor; es decir, a toda aquella persona que desea crear su propia empresa se le llama emprendedor.

Veciana (1999) indica que “los anglosajones también utilizan el término "entrepreneurship" de difícil traducción al español y que engloba los tres conceptos de "empresario, la función empresarial y la creación de empresas". "Entrepreneurship podría traducirse literalmente como "Empresarialidad" el cual es rechazado por varios estudiosos del tema, porque no es un término de uso habitual en los países de habla española. En determinados contextos también puede traducirse por "espíritu empresarial" (Spirit para los negocios) de uso corriente en Latinoamérica y particularmente en Colombia. En otros ámbitos como España se habla a veces de "Empresarismo", término igualmente poco afortunado" (Veciana, 1999).

El español cuenta con el término "emprender". El diccionario de la Real Academia Española (2018) define este verbo como la acción de "acometer y

comenzar una obra ... y añade este apartado: "... especialmente si encierra dificultad o peligro". El Larousse francés confirma; Emprender es "tomar la resolución de hacer e iniciar" ... "Dar principio a una obra o empresa; emprender un negocio".

De otro lado y desde la óptica del emprendimiento, Betancourt (2004) menciona en que la gestión tiene otra dimensión. La gestión existe en todas partes: en la fábrica, la escuela, el hospital, el gobierno, el club de tenis y también en el equipo del proyecto de creación de toda la empresa u organización, etc. En todas las situaciones en las que los seres humanos se agrupan en equipo para conseguir objetivos comunes, resulta esencial que los esfuerzos de cada uno estén coordinados para obtener una eficacia. La gestión consiste, por tanto, en dirigir y coordinar eficazmente los recursos humanos, materiales, financieros y temporales dentro del grupo de modo que se alcancen los objetivos de la organización y de los miembros que la componen. Los individuos que, en la organización, son responsables de este trabajo de dirección y coordinación, están desempeñando tareas de gestión.

Además, Betancourt (2004) indica que "en el contexto de la creación de empresas, como en tantos otros, cada vez se requiere que el emprendedor sea un gestor de su propio proyecto. Una persona emprendedora que quiere poner en marcha ese nuevo proyecto empresarial, cultural o social, etc. Ahora bien, de personas con ideas hay muchas, pero son pocas las que consiguen desarrollar un nuevo proyecto, es decir, gestionarlo". "Convertir esas oportunidades en hechos concretos es un proceso que requiere una determinada habilidad técnica, mucho trabajo y dedicación". Esas competencias se las da el conocimiento de la gestión de proyectos emprendedores. Para llegar a la empresa, que es su objetivo fundamental, se necesita que la persona emprendedora haya sido capaz de movilizar personas y recursos para poder convertir su idea en una realidad, es decir, gestionarla. Por tanto, la función de gestor está fuertemente marcada por las razones que han impulsado al empresario a la creación de la organización".

El entrepreneur o el empresario emprendedor o el gestor de empresas, según Betancourt (2004), es aquel que inicia un negocio con una alta dosis de visión y acción. Las características fundamentales que debe reunir el entrepreneur son:

a) percibir oportunidades con la percepción abierta a nuevas ideas para transformarlas en oportunidades,

b) Buscar la forma de conseguir la oportunidad deseada: el empresario pone todo su poder y sus recursos en acción para lograr lo deseado,

c) Cree que el éxito es posible: el entrepreneur es un individuo muy positivo y, cuando percibe una oportunidad, se motiva pensando que va a lograrla con éxito, por la unicidad de la idea, por la fuerza del producto o servicio, por sus conocimientos especiales del mercado y por su habilidad para trabajar fuerte y rápido (Hermida, 1989, p. 332). Lo anterior marca la diferencia con el gerente intrapreneur o gerente empresario, o administrador con capacidades de innovación para la organización que trabaja.

Samuelson (1948), plantea que el emprendedor debe actuar como jefe, gobernar la empresa y escudriñar el futuro para descubrir oportunidades. Aunque es difícil trazar la línea divisoria, no se debe confundirlo con el ejecutivo o gerente burocrático que se limita a mantener en marcha una empresa ya establecida. El mismo autor -Samuelson (1948)- manifiesta que el innovador trata de poner en marcha nuevas actividades, aunque no siempre lo consiga. Es una persona con visión, originalidad y audacia, aunque no es el científico que inventa el nuevo proceso, es quién lo introduce con éxito.

Shapero (1982, en Várela, p. 84) sienta las bases conceptuales del proceso de desarrollo de empresarios, plantea que el proceso de formación de empresas ocurre en todos los países, pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y el comienzo de otra. Pero aún dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso que, aunque multivariado y complejo también es reconocible y descriptible, pero no es posible manipularlo en formas simples, pues en este proceso intervienen muchas variables. Según Várela

y Lozano (1994) al analizar el evento empresarial según Shapero (1982), retoman su análisis histórico de por qué ciertos grupos, ciertos tipos de cultura, ciertas sociedades de alguna forma u otra tiene unas características empresariales más altas que otras. En sus estudios Shapero (1982) encuentra claramente que el fenómeno de la formación del empresario o el por qué una comunidad presenta cierta orientación empresarial, es un fenómeno mucho más complejo que el tratar de explicarlos por un solo factor: raza, religión, situación, características personales, etc. A continuación, Várela y Lozano consideran que "Shapero manifiesta que la toma de iniciativa como empresario depende fundamentalmente de la toma de una decisión que tiene que ver con un cambio en el estilo de vida, en la forma de ser, en la forma de pensar y de actuar".

En cuanto a la relación empresario -- motivación al logro, Betancourt (2004) indica que son Várela y Lozano quienes consideran que el representante más significativo es McClelland (1961), quien ha sido importante entre muchos otros aspectos por sus planteamientos acerca de que las comunidades y los países actúan según los niveles de motivación que tengan. La formulación teórica de McClelland indica que existen tres tipos básicos de motivación: la motivación al logro, la motivación a la afiliación y la motivación al poder. Es así como, después de un proceso largo de investigación en 1960 McClelland, en el libro *The Achieving Society* presenta los resultados de sus investigaciones sobre las motivaciones humanas y las relaciones de éstas con el crecimiento económico. Sus ideas son utilizadas por un gran grupo de instituciones con las siglas EDP (Entrepreneurship Development Programs), sus teorías han sido la base para el desarrollo de conocimientos sobre espíritu empresarial (Várela, 2001, pp. 89).

En la investigación desarrollada por Carrera Sánchez et al. (2016), se indica que la palabra Entrepreneur, se utilizó por primera vez en la Francia del siglo XVIII para designar a quienes se caracterizaban por comparar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos. Esta concepción empezó por asociar el término emprendedor con los elementos de riesgo y recursos.

Posteriormente, fue enriqueciéndose con los aportes de Say a mediados del siglo XIX, aunque este autor dijo muy poco de las características que definían a dicho personaje emprendedor (Pereira, 2003). Sin embargo, Schumpeter (1912) es quien termina por refinar el concepto, y quien rompe de forma radical con la economía tradicional al postular al desequilibrio dinámico producido por el empresario innovador como centro de la teoría económica y su práctica. El concepto de “empresario innovador” es independiente de la economía clásica e incompatible con ella, pues ésta no puede explicar al empresario innovador bajo los esquemas tradicionales, porque tiende a considerarlo como un factor exógeno, tal y como se ve al clima, el gobierno, la política, la guerra y la tecnología.

Continuando con la investigación, se menciona que incluso Marx, quien dio una gran importancia a la tecnología, nunca contempló al empresario innovador dentro de su sistema económico (Drucker, 1985). En la investigación mencionada de Carrera Sánchez, et al (2016), se indica que Schumpeter define a la empresa como la realización de nuevas combinaciones (y como empresarios a los individuos encargados de dirigir dicha realización) coloca al empresario como el eje central de su teoría. Por empresarios entiende no sólo a los hombres de negocios, sino a todos los que realicen la función descrita por el concepto, ya sean socios, directores, empleados, etc. Del mismo modo distingue al empresario de los capitalistas, quienes son los propietarios de los medios de producción, y aclara que son estos últimos los que asumen el riesgo de la inversión y reciben las ganancias, no así el empresario. Por eso Schumpeter ve que la característica más distintiva del empresario es el liderazgo, la cual es una de las habilidades emprendedoras consideradas en la presente investigación.

Aportaciones posteriores de pensadores como Knight (1921), Baumol (1968 y 1993), Braudel (1985) y Casson (1982), según la investigación citada, ayudaron a poder diferenciar entre emprendedores e inversionistas o capitalistas, concluyendo que para separar el concepto de emprendedor de los demás es necesario centrarse en el proceso de desarrollo y no en los resultados de su actividad (Martinelli, 2001).

Es por esta razón que un empresario/emprendedor tenderá a ser una persona que vive un proceso de innovaciones continuas. En el momento en que deja de realizarlas deja de ser emprendedor, aunque siga siendo empresario. Bajo este contexto y siguiendo a Pereira (2003), el espíritu del empresario/emprendedor está centrado en el individuo incluyendo sus dimensiones psicológicas, culturales y económicas, más que en su actividad preponderante.

En la búsqueda de los factores que explican las variaciones del fenómeno emprendedor, la investigación citada, menciona que los primeros estudios se centraron en las características personales que diferenciaban los emprendedores de los que no son. Pero dada la diversidad y complejidad de la realidad emprendedora, los resultados no fueron muy productivos. Gartner (1985) plantea que la complejidad y variedad de los emprendedores hizo imposible lograr caracterizar un emprendedor promedio y por ende la construcción de una base teórica común a este tema (Bygrave, 1989).

En respuesta a esta situación, Bygrave y Hofer (1991) proponen que la delimitación del campo de conocimiento del espíritu emprendedor se amplíe y que además del estudio de las características personales y las funcionales del emprendedor incluya el estudio del proceso emprendedor y sus características. Estos autores proponen considerar el proceso emprendedor como un conjunto de funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidad y la creación de la organización para explotarla. Como punto de partida, Gartner (1985) propone considerar como elementos esenciales del estudio del emprendedor: a) el entorno, b) las características del individuo, c) el proceso, y d) la organización creada.

De acuerdo con las aportaciones de Martinelli (2001) identifica que para varios autores (e.g., Baumol, 1968; Kirzner, 1973; Thornton, 1999) hay dos aproximaciones al concepto de empresarios/emprendedores. Y en función de la oferta existe el estudio de aquellos factores que influyen, propician y/o determinan

su formación, y por el lado de la demanda está el análisis de los factores que influyen sobre la solicitud de las capacidades del empresario/emprendedor dentro del sistema económico. Existen dos dimensiones que subyacen en este enfoque: variables del sistema y variables de los agentes, que se pueden concebir como dos aproximaciones equivalentes y contrapuestas: a) modelos macro analíticos contra modelos micro analíticos y b) variables estructurales contra variables culturales.

Por otro lado, como se menciona en la investigación de Carrera Sánchez et al. (2012), con base en los rasgos que caracterizan la personalidad del empresario/emprendedor, la aportación de McClelland (1961) es una referencia clásica. Las experiencias adquiridas durante la niñez crean en ciertos individuos un factor psicológico particular, al cual McClelland llama “la necesidad por logros” (the need for achievement, on-achievement). De acuerdo con McClelland, la inculcación de la necesidad por logros es resultado de las prácticas de crianza que subrayan los estándares de excelencia, el entrenamiento de la autosuficiencia, el calor maternal y la poca dominación paterna. Desde otra óptica, McClelland, encuentra que en las sociedades industrializadas de occidente los niños aprenden y absorben en el seno familiar aquellas actitudes y símbolos que favorecen una mayor necesidad por logros que los niños criados en otras regiones, dando por resultado que muchos de estos niños llegan a ser empresarios/emprendedores.

Es pertinente mencionar -como se indica en la investigación de Carrera Sánchez et al. (2012)- que la mayoría de los estudios que enfatizan los factores psicológicos han sido muy cuestionados en el terreno académico porque tienden a subordinar las actividades económicas como una función de la personalidad de los actores, rebajando el papel que juega el entorno socioeconómico en la formación de la empresarialidad. Por ejemplo, Gerschenkron (1962) ha criticado las teorías de la empresarialidad que tienen un matiz psicológico bajo el argumento de que no es posible suponer que las prácticas de crianza y la dotación de individuos con coeficientes de inteligencia elevados sean distintas en los países industrializados con respecto a los existentes en los países subdesarrollados; por lo que aduce que

los factores que verdaderamente afectan a la empresarialidad están el en terreno institucional que están a disposición de los empresarios/emprendedores.

Como se menciona en el estudio de Carrera Sánchez, Partida Puente y Villarreal Villarreal (2016), resulta muy interesante la aportación de Binks & Vale (1990), que identifican tres categorías de empresario emprendedor:

- 1) el empresario reactivo: es el que responde a las necesidades de los mercados;
- 2) el empresario causante del desarrollo económico por su papel de innovador, y
- 3) el empresario que aporta, mejorando procesos o productos.

2.2. Marco Teórico de la Variable Dependiente (Y) Creación de Emprendimientos

2.2.1. Teorías y Fundamentos Teóricos

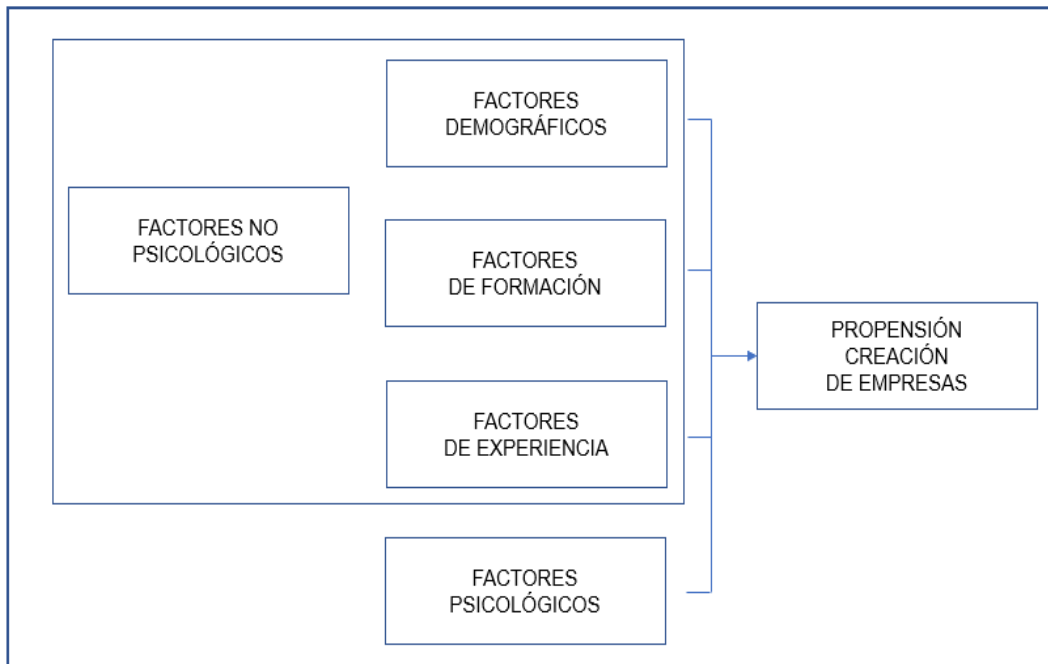
Como se menciona en el estudio elaborado por Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010), actualmente existe unanimidad en la importancia de la creación de nuevas empresas por su implicación en el desarrollo de las economías, la generación de nuevos puestos de trabajo y su papel de motor de innovación, bienestar y creación de riqueza. Sin embargo, más controversia existe sobre la figura del emprendedor, el protagonista de la creación de empresas.

En dicho estudio se menciona que, tradicionalmente, los estudios científicos han puesto énfasis en la figura del propio empresario como determinante de la innovación y progreso del sistema económico (desde los escritos de Schumpeter) y responsable del éxito de las nuevas empresas (Kham, 1986; MacMillan et al., 1985; Sandberg y Hofer, 1986, 1987; Stuart y Abetti, 1987, 1988; entre otros). García Lillo y Marco Lajara (1999) señalan que al emprendedor o entrepreneur se le ha estudiado en base a tres dimensiones: su perfil demográfico, su perfil psicológico y su perfil sociológico. Por ello, la figura del empresario se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

Además, en dicho estudio -elaborado por Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010)- se menciona que los investigadores obstinadamente han insistido en buscar un perfil psicológico del potencial emprendedor. McClelland (1961) considera que el emprendedor presenta atributos como: originalidad e innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; planificación en base al largo plazo. También la literatura suele coincidir en asociar a los emprendedores atributos como la necesidad de logro, la autoconfianza y el optimismo, la creatividad y la autonomía (Davidsson, 1989; Boydson et al., 2000). Sin embargo, como se menciona en el estudio, no ha sido posible establecer un perfil concreto de aquellos individuos que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (García Lillo y Marco Lajara 1999, Hernández, 1995; Naffziger et al., 1994; entre otros). Tampoco parece posible generalizar la existencia de una relación fuerte entre las características del empresario y su posterior éxito (Brockhaus y Horwitz, 1986; McDougall, Robinson y DeNisi, 1992; entre otros).

Tal como se aprecia en el estudio, podemos ver en la figura 1 el modelo de rasgos personales y propensión a crear empresas (Shane, 2003; Hernangómez et al., 2005) muestra una serie de relaciones entre atributos del individuo que influyen en el valor esperado de la oportunidad y, en consecuencia, de la probabilidad de que el individuo se lance a explotarla. Se separan los factores psicológicos y no psicológicos del individuo. Ambos tipos de características se han mostrado especialmente relevantes en la explicación de la existencia de actitudes y motivaciones emprendedoras (Baum y Locke, 2004). Entre los principales factores no psicológicos cabe destacar los rasgos demográficos –como la edad y el sexo–, las variables de formación y las de experiencia. Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas; la formación y experiencia son consideradas cada vez más importantes como factores de éxito en la explotación de oportunidades empresariales (Lazear, 2003; Fayolle et al., 2004).

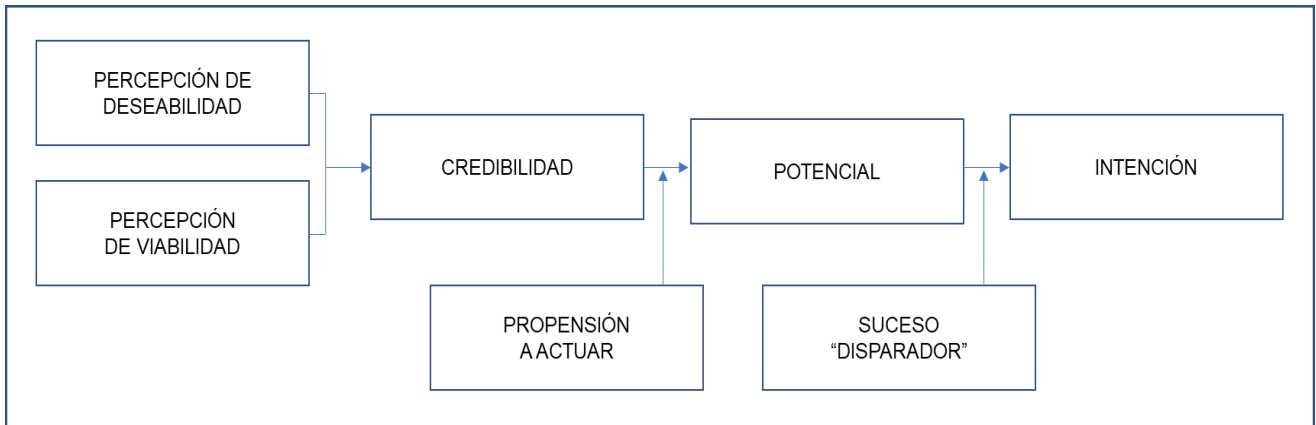
Figura 1.- Modelo de los rasgos personales y la propensión a la creación de empresas



Fuente: Elaboración propia a partir de Shane (2003) y Hernáñez et al. (2005)

En el mismo estudio se menciona al modelo de Krueger y Brazeal (1994) graficado en la Figura 2, el cual establece también unas relaciones entre las percepciones de deseabilidad y viabilidad, la credibilidad de poder crear empresas, el potencial y un “suceso disparador” o “desencadenante” que hace que alguien pase de la intención a los hechos (la fundación de una nueva empresa). Según Veciana y Urbano (2004) esta teoría se complementa con la “Teoría del comportamiento planificado” de Ajzen (1991) según la cual los individuos adquieren un comportamiento u otro en función de que ese comportamiento tenga consecuencias deseables o indeseables para dicho individuo. En ello influye cómo evalúan de forma favorable o desfavorable un determinado comportamiento, es decir, cómo las personas de su alrededor (familia, amigos, grupos étnicos, entorno educativo y profesional, etc.), valorarán esa conducta, en este caso cómo pensarán acerca de la decisión de crear una empresa.

Figura 2. Modelo del Potencial Emprendedor



Fuente: Elaboración propia a partir de Krueger y Brazeal (1994)

Tal como se indica en el estudio, entre los autores que más han aportado al análisis del emprendedor se encuentra indudablemente el profesor Veciana. Este autor, plantea los factores principales que condicionan la creación de una empresa distinguiendo los «factores fundamentales» de los «factores precipitantes». Los primeros, los «factores fundamentales», se refieren a los antecedentes y atributos personales del empresario, a la organización incubadora y al entorno, mientras que los «factores precipitantes» aluden a la insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa (Veciana, 1988). Además, Veciana relaciona estos factores con las fases de creación de una nueva empresa (gestación, creación, lanzamiento y consolidación).

2.2.2. Estudios de Investigaciones Aplicadas

Para identificar la variable dependiente creación de emprendimientos (desarrollo de nuevos negocios) se tomaron los siguientes estudios en particular:

De acuerdo con la investigación de Hernández & Arado (2015) menciona que el diseño de la visión permite plantear el futuro que deseamos alcanzar. De tal forma que definen la visión empresarial (desarrollo de nuevos negocios) como los sueños en acción, que une los deseos, expectativas y las metas que deseamos lograr en

nuestra vida, en los diferentes órdenes y esferas ubicados en el ámbito laboral. Por lo que se puede precisar el estado actual y proyectar el estado deseado en base a una serie de acciones para alcanzar su meta.

Citando a Cano Flores, et al (2017), menciona que la visión empresarial puede ser local, regional o de mayor amplitud. Comenta que México se encuentra inmerso en un contexto global. Con la maduración de los mercados locales, existen empresas que buscan su expansión internacional, por lo que es imprescindible que nuestro país priorice las políticas que impulsen la competitividad y la productividad, promoviendo así una mayor participación en los mercados internacionales, por lo tanto, la visión empresarial se vuelve global en la medida que las personas se visualicen globales (Trías, 2007). Emprender no solo es crear un nuevo producto o iniciar nueva empresa, sino también es innovar o mejorar un producto ya existente en el mercado. Para emprender es necesario tener visión hacia las necesidades del consumidor y cuáles son sus exigencias (Ortiz, 2003).

Otra investigación, realizada por Izar e Ynzunza, en 2021, titulada “Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México”; considera al emprendimiento como una actividad que está cobrando diariamente una mayor relevancia y una forma de resolver los problemas económicos y de empleo que enfrentan todos los países, principalmente aquellos en vías de desarrollo. En dicha investigación, se menciona que los gobiernos están asumiendo un papel más proactivo en el desarrollo de iniciativas y políticas de soporte a los emprendedores y de fomento al potencial emprendedor. El objetivo de esta investigación fue determinar el impacto de las motivaciones (personales, económicas, orientación al emprendimiento y exógenas) competencias para emprender (capacidad, habilidad y aptitud, formación y experiencia) y los factores de éxito para el emprendimiento en el desempeño empresarial (perfil del emprendedor, estrategia de negocio y soporte), mediante una encuesta aplicada a 429 emprendedores de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) del

Estado de Querétaro, utilizando un muestreo no probabilístico de conveniencia y la técnica de ecuaciones estructurales. Los resultados obtenidos prueban la existencia de relaciones estadísticamente significativas entre las motivaciones, las competencias y los factores de éxito para el emprendimiento, y el desempeño empresarial, lo que representa una aportación teórica y empírica. Desde la práctica, el conocimiento de estos factores puede guiar a las instituciones educativas y gubernamentales a fortalecer estos aspectos para que el emprendedor pueda identificar las oportunidades de negocio, minimizar los riesgos asociados al emprendimiento e incentivar la creación de nuevas empresas, así como elevar su tasa de éxito.

Finalmente, en reciente investigación realizada por Carrera et al (2021) titulada “Actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios de Instituciones de Educación Superior (IES), en México”; la cual tuvo como objetivo describir y analizar las actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios en las IES. En dicha investigación, se realizó un análisis estadístico a través de una regresión lineal múltiple a través del software Statical Package for the Social Sciences (SPSSv18), mediante la recolección de una encuesta a 457 estudiantes de una universidad mexicana, distribuidos en la carrera de contador público, licenciado en administración, licenciado en tecnologías de información y licenciado en negocios internacionales. La hipótesis planteada en relación con las actitudes emprendedoras que inciden positivamente en el desarrollo empresarial es contrastada con la población de estudio. Las aportaciones de las actividades realizadas por el desarrollo empresarial de los emprendedores favorecen el entorno y contribuyen en la generación de empleos y desarrollo económico. De tal manera que las actitudes emprendedoras que fueron significativas en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios son: la Motivación de Logro (ML), la Motivación por Emprender (MPE) y la Actitud Emprendedora Universitaria (AEU), con valor de significancia por debajo del 5%.

Betancourt (2004), menciona que “el fenómeno de la creación de empresas y del emprendimiento en general, está relativamente poco estudiado en comparación con otros aspectos de la actividad económica y empresarial”. Cabe recalcar que el desarrollo de una teoría general de la función emprendedora (empresarial) y de la creación de empresas sigue en construcción, aunque se ha realizado suficiente trabajo conceptual e investigativo en las últimas décadas para intentar abordar este aspecto fundamental de la gestión (Betancourt, 2004). También menciona que desafortunadamente, en este campo se dedican más esfuerzos a investigaciones empíricas, a menudo sin estar basadas en marcos teóricos sólidos, que a conceptualizaciones abstractas o a la construcción de teorías más generales e integradoras. Sin embargo, podemos identificar varios enfoques teóricos sobre el estudio del empresario, la función empresarial, la gestión emprendedora y la creación de empresas.

Veciana (1998) ha desarrollado un marco de referencia para el desarrollo de la fundamentación teórica y metodológica del campo de conocimiento de la función empresarial y la creación de empresas, el cual se resume en la Tabla 2. Veamos los fundamentos del modelo de Veciana:

Tabla 2. Enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas

Enfoque Nivel de Análisis	Enfoque Económico	Enfoque Psicológico	Enfoque Sociocultural o Institucional	Enfoque Gerencial
Micro (Nivel Individual)	La función empresarial como cuarto factor de producción Teoría del Beneficio del empresario	Teoría de los rasgos de personalidad Teoría psicodinámica de la personalidad del empresario	Teoría de la marginación Teoría del rol Teoría de redes	Teoría de la eficiencia -X de Liebenstein Teoría del comportamiento del empresario Modelos de proceso de la creación de empresas

Meso (Nivel de empresa)	Teoría de los costes de transacción		Teoría de redes Teoría de la incubadora Teoría evolucionista	Modelo del éxito de la nueva empresa Modelos de generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores (Corporate Entrepreneurship)
Macro (Nivel Global de Economía)	Teoría del desarrollo económico de Schumpeter	Teoría del empresario de Kirzner	Teoría del desarrollo económico de Weber Teoría del cambio social Teoría de la ecología poblacional Teoría Institucional	

Fuente: Elaboración propia a partir de Veciana, 1998

Citando a Cano Flores, M. et al (2017), menciona que la visión empresarial puede ser local, regional o de mayor amplitud. Por ejemplo, comenta en el caso de México, se encuentra inmerso en un contexto global. Con la maduración de los mercados locales, existen empresas que buscan su expansión internacional, por lo que es imprescindible que nuestro país priorice las políticas que impulsen la competitividad y la productividad, promoviendo así una mayor participación en los mercados internacionales, por lo tanto, la visión empresarial se vuelve global en la medida que las personas se visualicen globales (Trías, 2007). Emprender no solo es crear un nuevo producto o iniciar nueva empresa, sino también es innovar o mejorar un producto ya existente en el mercado. Para emprender es necesario tener visión hacia las necesidades del consumidor y cuáles son sus exigencias (Ortiz, 2003).

2.3. Marco Teórico de las Variables Independientes

A continuación, se pueden apreciar los factores clave del emprendedor identificados en distintos estudios para la presente investigación, estos son

considerados como las variables independientes a estudiarse en la presente investigación. Cabe recalcar que, en la investigación desarrollada por Carrera Sánchez et al. (2016) se escogieron 6 variables independientes (Habilidades, Herramientas, Conocimientos, Valores, Talentos y Rasgos de la personalidad) de las cuales 2 (Valores y los Rasgos de Personalidad) contaron con un impacto positivo en los estudiantes universitarios en la generación de nuevos negocios, y, en el estudio realizado por Chatterjee y Das, (2016) la variable independiente (Habilidades emprendedoras y sus dimensiones) tuvo un impacto positivo en la creación y éxito de los negocios, además, en la investigación de Tomzick et al (2013) se menciona el argumento de que los valores de los empresarios/emprendedores influyen en gran medida en el éxito de una nueva empresa. Por tanto, nuestra investigación se enfocará en evaluar si las 3 variables independientes (Habilidades emprendedoras, Rasgos de Personalidad y Valores del emprendedor) de los estudios citados, y, analizar si inciden en la creación de emprendimientos.

2.3.1. Variable Independiente X1 Habilidades emprendedoras

Para la definición de la variable y las dimensiones que la conforman, identificamos el siguiente estudio elaborado por Chatterjee y Das, (2016). Este artículo, es un intento de analizar las dimensiones relacionadas con las habilidades de los microempresarios en el estado de Jharkhand en la India. Se recolectó una muestra de 147 empresarios con respuestas válidas en tres distritos de Jharkhand, a saber, Dhanbad, Bokaro y Ranchi. Los hallazgos del estudio indicaron que los emprendedores deben poseer estas habilidades para administrar sus empresas de manera eficiente y tener éxito. Los resultados de la regresión demostraron claramente la fuerza significativa de las dimensiones relacionadas con las habilidades en el éxito empresarial.

A continuación, se describen -basados en la investigación mencionada- las definiciones de las dimensiones empleadas en la investigación las cuales nos

ayudaran a crear los ítems del instrumento a emplearse en la presente investigación:

- **Habilidades de liderazgo:** el liderazgo se define como un proceso mediante el cual uno usa el poder para dirigir y coordinar las actividades de sus seguidores individualmente o en grupo para establecer una meta (Yukl y Van Fleet, 1992). El liderazgo se trata de una relación de entendimiento mutuo entre un líder y su grupo de seguidores en la dirección de un objetivo común. Markman (2007) dijo que los empresarios son aquellos que poseen los conocimientos, habilidades y habilidades de un líder estratégico a través del cual sus acciones y decisiones influyen en el éxito empresarial. Según un estudio realizado por Jong y Hartog (2007), la habilidad de liderazgo influye significativamente en el éxito de cualquier negocio.
- **Habilidades de Comunicación:** Adejimola (2008) enfatizó la importancia de inculcar habilidades de comunicación y declaró que los empresarios que establecen una comunicación efectiva dentro y fuera de sus empresas tienen más éxito. Montagno, Kuratko y Scarcella (1986) sugirieron que la comunicación debe considerarse esencialmente como un concepto multidimensional que afecta la competencia, la interrelación y las habilidades cognitivas para un mejor desempeño empresarial. Un ser humano que tenga una excelente calidad expresiva también se convertiría en un buen líder. Los emprendedores necesitan ser buenos comunicadores. Él / ella debe ser capaz de acercarse fácilmente, explicar y discutir sus pensamientos a otros para tener éxito.
- **Habilidades de Relación Humana:** junto con otros factores, el capital humano juega un papel predominante en cualquier organización. En el contexto del emprendimiento, el desarrollo de habilidades de relación humana aumenta la posibilidad de éxito empresarial. Según Adejimola (2008), no se sugiere que los empresarios distorsionen la relación con otros en ningún segmento, como clientes, proveedores, otros empresarios o la sociedad. La capacidad de un

empresario para construir y mantener relaciones sanas se convierte en un rol desafiante y, por lo tanto, el desarrollo de tales roles se vuelve esencial y primordial. Es básicamente una habilidad personal que mejora la competencia del empresario, le brinda éxito y buena voluntad a la empresa.

- **Habilidades Técnicas:** Al igual que los gerentes en cualquier organización, los empresarios también necesitan realizar ciertos roles funcionales. Según Chandler y Jansen (1992), un empresario debe poseer habilidades técnicas y conocimientos relevantes en su campo específico y también la capacidad de utilizar herramientas y técnicas apropiadas. Baum (1995) y Winterton (2002) concluyeron que poseer habilidades técnicas específicas en sus campos relevantes es un requisito vital para los empresarios. Los elementos técnicos, si se implementan, facilitan el flujo efectivo del negocio y su éxito. La rápida necesidad de conocimientos técnicos lleva a la competencia en su explotación para prosperar en el mercado. Por lo tanto, se requieren competencias técnicas para ayudar a los empresarios a manejar y operar tareas relacionadas con el negocio (Izquierdo et al., 2005).
- **Habilidades de aptitud innata:** Según Kantor (1988), la noción empresarial es innata y no se puede generar algo de talento y habilidades, incluso si se les brinda capacitación. Como dijo Maier (1965), las habilidades son las aptitudes innatas que no se pueden desarrollar mediante la capacitación. Según Silva (2006), las posibilidades de optar por el espíritu empresarial como profesión aumentan entre aquellos que son "innatos" bien versados en campos diversificados. Por lo tanto, la aptitud innata se puede considerar como un componente fuerte detrás de la intención y el éxito de un empresario.

Continuando con la definición de habilidades emprendedoras, empleamos la investigación desarrollada por Carrera et al (2016), la cual tuvo como finalidad conocer las características que configuran el espíritu emprendedor y de qué manera contribuyen estas características esenciales en la visión empresarial de los

estudiantes universitarios de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la UANL, en el desarrollo de nuevos negocios, se identificaron los atributos que propician el espíritu emprendedor como son: las habilidades para enfrentar situaciones de riesgo, las herramientas, los conocimientos, los valores, los talentos y los rasgos de personalidad y demostrar en qué medida inciden en el desarrollo de los estudiantes universitarios para la creación de nuevos negocios.

A continuación, se listan los ítems empleados en el instrumento de dicha investigación, los cuales buscan contrastar las habilidades identificadas en los estudiantes:

- Cree que sus capacidades podrán hacer frente a las dificultades.
- Se arriesga con prudencia al invertir sus recursos en un proyecto de vida.
- Cada problema que se le presenta lo ve como una oportunidad para aprender.
- Tiene la capacidad de motivar a otras personas para que lo sigan por voluntad propia.
- Controla sus gastos y asigna presupuestos reales a las actividades de compras.
- Invierte en su formación y capacitación para estar al día con las tendencias actuales.
- Identifica y aprovecha las oportunidades que se le presentan.
- Hace frente a las situaciones que se presentan para utilizarlas a su favor.
- Piensa más allá de los límites tradicionales y usa su imaginación para ver el mundo desde una óptica diferente.

Cabe recalcar que las habilidades identificadas en el emprendedor y en particular el de México, son una dimensión de una de las variables independientes denominada Aspectos Personales de la tesis Doctoral de Carrera (2012), y se define como “cada una de las cosas que una persona ejecuta con gracia y destreza. Es el grado de habilidad de una persona ante una competencia frente a un objetivo determinado”.

En dicha investigación, Carrera (2012), cita a Lester (2000), quien presenta tres componentes importantes en la tarea gerencial que le permiten integrar sus funciones, estas habilidades son:

- a) Habilidad técnica: conocimientos especializados en el área específica de trabajo, capacidad para analizar problemas mediante el uso de herramientas y técnicas de esa especialidad,
- b) Habilidad humanística (sensibilidad): capacidad para relacionarse con otras personas y trabajar en grupos hacia el logro de objetivos comunes, autoconocimiento (conciencia de sus propias actitudes, posiciones y conceptos), empatía y habilidad para la comunicación, y
- c) Habilidad conceptual: capacidad para entender la organización como un todo (en términos de sistemas), para leer el entorno y para diseñar nuevos modelos de organización y conducción.

Además, Carrera (2012) cita a diversos autores como Gómez (2003) y Pérez (2001) “quienes plantean la existencia de ciertos elementos influyentes en la labor del empresario y/o gerente PyME, siendo los rasgos de personalidad y el alcance de funciones, competencias y habilidades empresariales y/o gerenciales, componentes importantes”. Con relación a las competencias gerenciales obtenidas menciona Carrera (2012) que estas inciden en la dirección empresarial, porque de ellas depende la creación de equipos, estímulo de la comunicación, promoción de la lealtad, facilidad del consenso, y aporte de fuerza y credibilidad en el logro de los objetivos propuestos.

Finalmente, para complementar la definición de habilidades emprendedoras, se presenta la investigación de Robles, Zágarra-Rodríguez (2014); esta investigación menciona que hoy en día la capacidad emprendedora determina la competitividad de una organización. Por lo tanto, los empresarios son considerados como un recurso vital. El objetivo de este estudio fue establecer cuáles son las competencias individuales clave que determinan si una persona es o no un emprendedor. En la investigación se realizó una revisión de la literatura que trata

sobre el espíritu individuales relacionadas con el espíritu empresarial. Luego, utilizando el método Delphi, se obtuvo un consenso confiable de una selección de empresarios sobre la importancia de cada competencia individual que se considera vinculada al espíritu empresarial.

El estudio muestra las competencias clave a nivel individual que deben desarrollarse para convertirse en emprendedor. Se han identificado las competencias que permiten a los empleados convertirse en emprendedores. Puede ser útil para cualquier empresa comprometida con el espíritu empresarial y también puede ser útil para cualquier institución educativa comprometida con el desarrollo de competencias emprendedoras entre sus estudiantes.

Dentro de las habilidades emprendedoras se identifican dos dimensiones: Dimensión de liderazgo: Capacidad para guiar la acción de los grupos humanos en una cierta dirección creando una atmósfera de energía y compromiso, estableciendo objetivos, siguiendo estos objetivos y dando retroalimentación que integra las opiniones de los demás integra las opiniones de los demás.

Dimensión de Comunicación: Habilidad para escuchar, hacer preguntas, expresar ideas y conceptos de manera efectiva. (Vainrub, 2004).

Luego de la revisión de las investigaciones citadas, las definiciones de las dimensiones de la presente Variable quedan de la siguiente manera.

- a) Liderazgo Transformacional: El liderazgo transformacional es otro extremo como estos líderes influyen en las actitudes y creencias de seguidores y motivarlos de acuerdo con sus propios intereses para el mejoramiento de la organización (Burns 1998). Los líderes transformacionales facilitan nuevos entendimientos aumentando o alterando la conciencia de los problemas. Como resultado, fomentan la inspiración y la anticipación para poner trabajo extra para lograr objetivos comunes. Los líderes transformacionales tratan de desarrollar la plena capacidad de los seguidores. potencial (Bass 1985; Johnson y Dipboye 2008), por influyéndolos y comprometiéndolos. La base

principal del estilo de liderazgo transformacional. Es la capacidad del líder para motivar al seguidor a lograr más de lo que el seguidor planeó lograr (Krishnan 2005)

- b) Habilidades de comunicación: El emprendedor debe ser capaz de acercarse fácilmente, explicar y discutir sus pensamientos a otros para tener éxito. (Chatterjee & Das). Adejimola (2008) enfatizó la importancia de inculcar habilidades de comunicación y declaró que los empresarios que establecen una comunicación efectiva dentro y fuera de sus empresas tienen más éxito. Montagno, Kuratko y Scarcella (1986) sugirieron que la comunicación debe considerarse esencialmente como un concepto multidimensional que afecta la competencia, la interrelación y las habilidades cognitivas para un mejor desempeño empresarial. Un ser humano que tenga una excelente calidad expresiva también se convertiría en un buen líder. Los emprendedores necesitan ser buenos comunicadores. (Chatterjee & Das)

2.3.2. Variable Independiente X2 Rasgos de Personalidad del Emprendedor

La definición de rasgo es un concepto científico que resume las conductas que las personas realizan en distintas situaciones y ocasiones. Los rasgos son constructos que permiten describir las diferencias individuales. Según Eysenck (1994) son disposiciones que permiten describir a las personas y predecir su comportamiento. No son observables, sino que se infieren de observar ciertos hechos.

Para complementar la definición de la variable y las dimensiones que la conforman, identificamos la siguiente investigación elaborada por Luca y Robu, (2016), este documento presenta los resultados de una investigación exploratoria realizada en una población de 250 empresarios y trabajadores autónomos que utilizan el Inventario de Personalidad Empresarial (Luca y Cazan, 2011), la Escala de Locus de Control (Levenson, 1981) y La Escala de Proactividad (Bateman &

Crant, 1993). Los resultados muestran una fuerte asociación entre la proactividad y otros rasgos considerados como emprendedores: propensión al riesgo, habilidades sociales, habilidades empresariales, creatividad, motivación de logros, organización de recursos, locus de control interno. Se exploraron varias diferencias de grupo según las variables demográficas, pero se encontraron pocas diferencias significativas. En la población de dicha investigación se apreciaron que, las diferencias de género en la propensión al riesgo están en contradicción con la literatura del campo: las mujeres son más propensas al riesgo que los hombres. Los que tienen una tradición familiar en los negocios son más proactivos que los que son los primeros en su familia en iniciar un negocio. Los resultados de la investigación se utilizaron para refinar el Inventario de Personalidad Empresarial y también para explorar nuevas relaciones entre los rasgos de personalidad, la demografía y el comportamiento empresarial.

- a) La Proactividad: Es una disposición general para intervenir en el medio ambiente y cambiarlo, en lugar de solo reaccionar a los eventos (Bateman y Crant, 1993). Dirigir un negocio significa estar en un estado de alerta perpetuo, ser un buscador, identificar oportunidades, tomar decisiones rápidas, hacer que las cosas sucedan. La proactividad parece ser un ingrediente esencial para el esfuerzo y el éxito empresarial
- b) Locus de control interno: Bonnett y Furnham (1991) en un estudio sobre jóvenes emprendedores encontraron que estos sujetos presentaban un mayor locus de control interno. Rotter (1966) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo). Bonnett y Furnham (1991) comprobaron que el locus interno se puede desarrollar a través de situaciones alentadoras que ayudan a los individuos a percibir la relación entre su esfuerzo, la realización de la tarea y el resultado de esta realización. Por tanto, se podría “aprender” a desarrollar una actitud emprendedora.

- c) Características emprendedoras específicas: Dentro de estas se consideran la propensión al riesgo, habilidades sociales, habilidades empresariales, creatividad, independencia, motivación de logro y organización de recursos.
- c.1) Motivación de logro: McClelland (1985) sostiene que los emprendedores se caracterizan por una alta motivación de logro que les impulsa a mejorar, afrontar objetivos desafiantes y asumir riesgos calculados.
 - c.2) Propensión al riesgo: Según la investigación de Jaramillo Villanueva et al (2012) titulada Perfil Emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México, menciona que la propensión al riesgo es una característica de los emprendedores, este elemento socio-cultural incide en la vocación para emprender (Thurik y Wennekers 2004). Este concepto puede definirse como el rasgo de personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo a asumir riesgos. Las conductas de alto riesgo consideran alternativas cuyas consecuencias finales pueden alejarse de su marco de expectativas de resultados; los sujetos que tienen baja propensión al riesgo evitan alternativas que puedan causar resultados alejados de sus expectativas.
 - c.3) Habilidades Sociales: Para Combs y Slaby (1977) las habilidades sociales son “la capacidad de interactuar con otros en un contexto social determinado de formas específicas que son socialmente aceptables o valoradas”. (p. 162). Dichas formas son a la vez beneficiosas no solo para el individuo sino sobre todo para los demás. Caballo (1986) denomina “conducta socialmente habilidosa” a un grupo de conductas con las que se desenvuelve un individuo en un contexto interpersonal en medio del cual manifiesta, con respeto, sus “sentimientos, actitudes, deseos, opiniones, derechos, de un modo adecuado a la situación”. Esta conducta por lo general le permite al individuo solucionar los problemas que surgen en esa situación y le podría servir para disminuir otros en el futuro. (p. 7)
 - c.4) Creatividad: Según Schnarch Kirberg (2013) en el artículo Creatividad, innovación y marketing: claves del éxito emprendedor, menciona que la

creatividad se relaciona con la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades de ideas que satisfagan necesidades reales y sentidas del mercado. En su sentido más amplio, creatividad es generar nuevas posibilidades, solucionar problemas, proponer cosas distintas y novedosas, pero no en abstracto, sino a realidades, componentes y situaciones concretas. Creatividad es la capacidad y actitud de personas y empresas para formar combinaciones, relaciones o reestructurar elementos de su realidad, logrando productos o resultados originales y relevantes. Es tener ideas nuevas y útiles.

Luego de un análisis entre las distintas investigaciones citadas y los autores de estas, se consideraron las siguientes dimensiones para nuestra variable: proactividad, locus de control interno, propensión al riesgo y creatividad.

2.3.3. Variable Independiente X3 Valores del Emprendedor

Según el estudio de Tomczyk et al (2013), los valores se definen como creencias globales sobre estados finales deseables o modos de comportamiento que procesos subyacentes actitudinales (Meglino y Ravlin 1998; Rokeach 1973; Rokeach y Ball-Rokeach 1989). En dicho estudio se buscó probar si el desempeño de las empresas de alto crecimiento está relacionado con la cantidad de beneficios ofrecidos y / o los valores del emprendedor. Usando datos de las 500 empresas con mayor crecimiento en 2007 en América, se descubrió, que los valores de los emprendedores no se relacionan con el total número de beneficios ofrecidos, lo que significa que el modelo de mediación no existe y otorga solidez a el argumento de que los valores de los empresarios influyen en gran medida en el éxito de una nueva empresa. Sin embargo, los beneficios totales ofrecidos están relacionados positivamente con el desempeño de la empresa. En la investigación por tanto se determina que los valores de los emprendedores y los beneficios totales ofrecidos son fundamentales para el desempeño de la empresa.

Para complementar la investigación mencionada líneas arriba, se cree conveniente recalcar que en el instrumento aplicado en la investigación por Carrera Sánchez et al (2016), se consideraron los siguientes valores a ser evaluados en el emprendedor: Creatividad, Autonomía, Confianza en sí mismo, Tenacidad, Sentido de responsabilidad, Capacidad para asumir riesgos, Liderazgo, Espíritu de equipo, Solidaridad y Respeto, los cuales serán complementados por los valores identificados en la investigación de Tomczyk et al (2013). Finalmente, consideramos también los valores de Schwartz (1992) para desarrollar nuestro instrumento, los cuales han sido identificados en el artículo de Choongo P. et al (2018). El espectro de valores de Schwartz es ampliamente aceptado y ha sido validado en muchos estudios en la última década en muchas disciplinas académicas (González-Rodríguez et al., 2015; Siltaoja, 2006). Schwartz (1992) identificó diez tipos de valores que es probable que sean reconocidos a través de culturas que son los siguientes: definiciones de los tipos motivacionales de valores en términos de sus objetivos y los valores únicos que los representan:

- a) Poder: estatus social y prestigio, control o dominio sobre las personas y los recursos (poder del poder social, autoridad, riqueza, preservando mi imagen pública).
- b) Logro: éxito personal mediante la demostración de competencia de acuerdo con los estándares sociales (exitoso, capaz, ambicioso, influyente).
- c) Hedonismo: placer y gratificación sensual para uno mismo (placer, disfrutar de la vida).
- d) Estimulación: emoción, novedad y desafío en la vida (audacia, una vida variada, una vida emocionante).
- e) Autodirección: pensamiento y acción independientes, elección, creación, exploración (creatividad, libertad, independencia, curiosidad, elección de objetivos propios)
- f) Universalismo: comprensión, apreciación, tolerancia y protección para el bienestar de todas las personas y para la naturaleza (amplitud mental,

sabiduría, justicia social, igualdad, un mundo en paz, un mundo de belleza, unidad con la naturaleza, protección del medio ambiente).

- g) Benevolencia: preservación y mejora del bienestar de las personas con las que se encuentra en contacto personal frecuente (servicial, honesta, indulgente, leal, responsable).
- h) Tradición: respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o religión tradicional proporcionan al yo (humilde, aceptando una parte en la vida, devota, respeto por la tradición, moderada).
- i) Conformidad: restricción de acciones, inclinaciones e impulsos que pueden alterar o dañar a otros y violar las expectativas o normas sociales (cortesía, obediencia, autodisciplina, honrar a los padres y ancianos).
- j) Seguridad: seguridad, armonía y estabilidad de la sociedad, o relaciones, y de sí mismo (seguridad familiar, seguridad nacional, orden social, limpieza, reciprocidad de favores) (fuente: Schwartz y Bardi, 2001, p. 270).

Luego de un análisis entre las distintas investigaciones citadas y los autores de estas, se consideraron los siguientes valores del emprendedor: Honestidad, Respeto propio, Respeto a los demás, Espíritu de equipo, Solidaridad, Tenacidad y Sentido de responsabilidad.

A modo de resumen, centrándose en los factores clave del emprendedor y luego de revisar algunos estudios e investigaciones citados, se presenta la Tabla 3, donde se aprecia los autores, sus publicaciones y factores clave identificados en el emprendedor:

Tabla 3: Autores, publicaciones y factores del emprendedor

Autores	Publicación	Factores del emprendedor
Rauch y Freese (2007)	Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. <i>The Psychology of Entrepreneurship</i> , 41-65.	Conocimiento, habilidades, autonomía, locus de control,
Lumpkin y Dess (1996)	Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. <i>Academy of Management Review</i> , 21(1), 135-172.	Tomador de riesgos, innovador, proactivo
Mumford, Zaccaro, Harding, Jacobs y Fleishman (2000)	Leadership skills for a changing world: solving complex social problems. <i>Leadership Quarterly</i> , 1(1), 11-35.	Liderazgo efectivo, Variables de la personalidad
Hodgetts R. y Kuratko, D. (2001)	Effective small business management. Orlando, Fla.: Harcourt College Publishers.	Mayor motivación de logro, corren riesgos y son innovadores
Schumpeter (1912)	Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung. Munich: Verlag Dunker und Humbolt (Traducción al español: Teoría del Desarrollo Económico, México, D.F: FCE, 2 ed., 1997)	Liderazgo
McClelland, D. (1961)	The achieving society. Princeton: Van Nostrand, Reinholdt.	Necesidad por Logros, originalidad e innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; planificación en base al largo plazo.
Carrera Sánchez, Partida Puente, Villarreal Villarreal, (2016)	Visión empresarial a través del espíritu emprendedor de los estudiantes que cursan la unidad de aprendizaje del ámbito empresarial en la UANL, FACPYA, México, 2016.	Las habilidades, herramientas, conocimientos, valores, talentos y los rasgos de personalidad
Veciana, J.M. (1988)	"Empresari i procés de creació d'empreses". <i>Revista Econòmica de Catalunya</i> , 8, mayo-agosto, 53-67.	Atributos personales, Insatisfacción o deterioro del rol
Chatterjee, N., & Das, N. (2016)	A Study on the Impact of Key Entrepreneurial Skills on Business Success of Indian Micro-entrepreneurs: A Case of Jharkhand Region. <i>Global Business Review</i> , 17(1), 226–237.	habilidades emprendedoras: habilidades de liderazgo, habilidades de comunicación, habilidades de relación humana, habilidades técnicas y aptitud innata.
M. R. Luca y A. Robu (2016)	Personality traits in entrepreneurs and self-employed, <i>Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Special Issue Series VII: Social Sciences • Law • Vol. 9 (58) No. 2 – 2016</i>	Rasgos de la personalidad en los emprendedores
Tomczyk D., Lee, J. and Winslow, E. (2013)	Entrepreneurs' Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance, <i>Journal of Small Business Management</i> 2013, 51(1), pp. 66–82. doi: 10.1111/j.1540-627X.2012.00374.xand	Valores personales en los emprendedores

Autores	Publicación	Factores del emprendedor
Schwartz, S.H. (1992),	"Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries", Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 25 No. 1, pp. 1-65	Valores personales en los emprendedores
Robles L., Zágarrá-Rodríguez, M. (2014)	Key Competencies for Entrepreneurship	Habilidades de Liderazgo y Comunicación
Nurdan Çolakoğlua y İzlem Gözükarab (2016)	"A comparative study on personality traits based on the attitudes of university students towards entrepreneurship"	Rasgos de personalidad: Innovación, Necesidad de Logro, Locus de Control
Abdallah Alsaad (2013)	The individualistic view of culture and the nascent entrepreneurship: an examination of Schwartz's cultural values"	Valores del emprendedor: Autodirección, Benevolencia, Conformidad, Estimulación, Hedonismo, Logros, Poder, Seguridad, Tradición y Universalismo
Carrera, M. (2012)	Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PYMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA.	Factores Personales: Personalidad, Habilidades, Actitudes, Conocimientos y Capacidad Administrativa.

Fuente: Autores Varios

Elaboración propia

2.4. Hipótesis Específicas y/o Operativas

En el caso de investigaciones con enfoque positivista -como es el caso de la nuestra- este –el enfoque- es predominantemente cuantitativo, las hipótesis son explicaciones tentativas relacionadas al problema planteado. A continuación, presentamos las hipótesis:

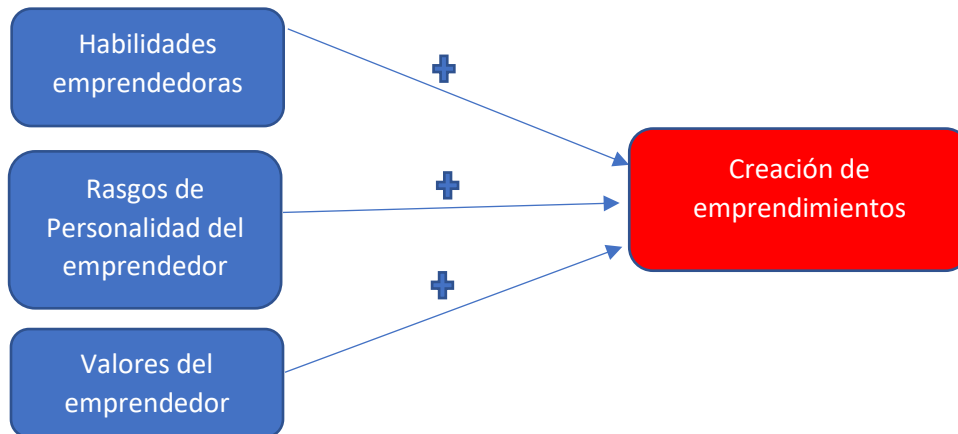
H1. Las habilidades emprendedoras (liderazgo transformacional y habilidad de comunicación) son factores clave que inciden de manera positiva en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú

H2. Los rasgos de personalidad del emprendedor (proactividad, locus de control interno, propensión al riesgo y creatividad) son factores clave que inciden de manera positiva en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.

H3. Los valores del emprendedor (honestidad, respeto propio, respeto a los demás, espíritu de equipo, solidaridad, tenacidad y sentido de responsabilidad) son factores clave que inciden de manera positiva en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.

2.4.1. Modelo Gráfico de Hipótesis propuesto

Figura 3



Fuente: Elaboración propia

2.5. Modelo de Relaciones teóricas con las Hipótesis

A continuación, presentamos la Tabla 4 que muestra las variables independientes y la variable dependiente y los principales autores que mencionan esas variables en sus estudios.

Tabla 4. Modelo de Relaciones teóricas con las hipótesis

Marco Teórico	Hipótesis	Variables
<p>Ma. Margarita Carrera Sánchez, Abel Partida Puente. Luis A. Villarreal Villarreal, “Visión empresarial a través del espíritu emprendedor de los estudiantes que cursan la unidad de aprendizaje del ámbito empresarial en la UANL”, FACPYA, México, 2016.</p> <p>Chatterjee, N., & Das, N (2016). “A Study on the Impact of Key Entrepreneurial Skills on Business Success of Indian Micro-entrepreneurs: A Case of Jharkhand Region. <i>Global Business Review</i>”, 17(1), 226–237.</p> <p>Lorena Robles, Marta Zárraga-Rodríguez “Key Competencies for Entrepreneurship”, ISSA-Universidad de Navarra. Edificio Amigos. Campus Universitario.31009 Pamplona, Navarra, España.</p> <p>M. R. Luca y A. Robu, (2016), “Personality traits in entrepreneurs and self-employed”, <i>Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Special Issue Series VII: Social Sciences • Law • Vol. 9 (58) No. 2 – 2016</i></p> <p>Tomczyk D., Lee, J. and Winslow, E. (2013) “Entrepreneurs’ Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance”, <i>Journal of Small Business Management</i> 2013, 51(1), pp. 66–82.</p> <p>Nurdan Çolakoğlu y İzlem Gözükarab “A comparative study on personality traits based on the attitudes of university students towards entrepreneurship” <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> 229 (2016) 133 – 140</p> <p>Abdallah Alsaad “The individualistic view of culture and the nascent entrepreneurship: an examination of Schwartz’s cultural values” School of Business, Jadara University, 2016.</p>	<p>H1. Las habilidades emprendedoras (liderazgo transformacional y habilidad de comunicación) son factores clave que inciden de manera positiva en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú</p> <p>H2. Los rasgos de personalidad del emprendedor (proactividad, locus de control interno, propensión al riesgo y creatividad) son factores clave que inciden de manera positiva en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.</p> <p>H3. Los valores del emprendedor (honestidad, respeto propio, respeto a los demás, espíritu de equipo, solidaridad, tenacidad y sentido de responsabilidad) son factores clave que inciden de manera positiva en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.</p>	<p>Habilidades emprendedoras</p> <p>Rasgos de personalidad del emprendedor.</p> <p>Valores del emprendedor</p>

CAPITULO 3: MÉTODO DEL ESTUDIO

En el presente capítulo se plantea la forma en la cual se conducirá la investigación. Se describirá la metodología que se utilizará, el tipo y diseño de investigación, así como los métodos de recolección de datos con la elaboración de la encuesta y la selección de la muestra. Finalmente, se justificará el método estadístico a utilizar.

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipos de investigación

El método de investigación a realizarse será de naturaleza cuantitativa porque los datos serán obtenidos a través de un cuestionario. El tipo de investigación será exploratoria al analizar un tema en un contexto específico, descriptiva puesto que se describe el fenómeno del emprendimiento y los factores clave del emprendedor de Lima, Perú. Es correlacional ya que mide la correlación entre los factores clave del emprendedor y su incidencia en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima. Finalmente es explicativa porque genera un sentido del entendimiento (Blanco, 2018) y favorecen la creación de empresas, explicativa porque genera un sentido del entendimiento. Cabe recalcar que se empleó la encuesta a una población conformada por estudiantes de 2 universidades privadas de Lima Metropolitana que son potencialmente posibles emprendedores.

3.1.2. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es no experimental, dado que no se manipulará deliberadamente las variables, lo que se realizará es observar fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural. Según el tiempo de estudio la presente investigación es transversal y/o transeccional, dado que la recolección de datos se realiza en un solo corte en el tiempo.

3.2. Métodos de recolección de datos

Cabe recalcar que se aplicaron las siguientes técnicas de investigación como: documental, bibliográfica y de campo (observación y encuesta). Dentro de ésta última, se empleó la encuesta, la cual se aplicó con de Google Docs –a través del aula virtual- a los alumnos de pregrado de las escuelas de Administración, Marketing y Negocios Internacionales e Ingeniería y a los alumnos de Posgrado de la USMP y en redes sociales a los alumnos de la universidad del ESAN

3.2.1. Elaboración de la encuesta

Se diseñó un cuestionario estructurado en dos partes:

La primera parte tiene 23 preguntas con los siguientes aspectos en donde las respuestas son de opción múltiple:

- a) El perfil del encuestado con datos generales sociodemográficos de los encuestados (1 a la 7), con los indicadores edad, género, carrera, escolaridad, estado civil, semestre de estudios.
- b) Capacitación orientada al emprendimiento, donde fue impartida la misma y si fue pagada o gratuita (8 a la 11).
- c) Estatus laboral (12 a la 25) para saber si es dueño de un negocio; sobre el tiempo que vienen intentando un negocio; si su negocio está operando en el mercado; si su negocio es formal y se encuentra facturando y los meses que lo viene haciendo; el origen del capital; la cantidad de personas que trabajan en su negocio y su grado académico o de instrucción y finalmente el giro de su negocio.

Cabe señalar que en el tercer aspecto se pregunto sobre si el alumno era Dueño de un negocio y esta pregunta es considerada como fundamental para que el alumno haya emprendido y se usará como la variable dependiente (Y) “Creación de emprendimientos”.

La segunda parte tiene 39 preguntas y mide las variables independientes que inciden en la creación de emprendimientos:

- X1 Habilidades emprendedoras con 11 preguntas de dos dimensiones (liderazgo transformacional y habilidad de comunicación).
- X2 Rasgos de la personalidad del emprendedor con 21 preguntas de 4 dimensiones (proactividad, locus de control interno, propensión al riesgo y creatividad)
- X3 Valores del emprendedor con 7 preguntas sobre los valores de honestidad, respeto propio, respeto a los demás, espíritu de equipo, solidaridad, tenacidad y sentido de responsabilidad.

En esta segunda parte se emplea la escala de Likert de 5 niveles donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, solo en el caso de la variable sobre los valores cambió la escala de 1 Nunca a 5 Muy frecuentemente.

Cabe señalar que entre los investigadores no hay un consenso claro al respecto; probablemente el Likert más utilizado sea el de 5 niveles, pero también se utilizan de 4, 7, o 10. Lo que se sabe es que añadir niveles redundante en la obtención de unas valoraciones más diversas. Por ejemplo, en un ítem de solo 5 puntos, los encuestados suelen evitar las 2 opciones extremas, obteniendo muy poca variación (es el conocido como Central Tendency Bias). Por otro lado, hay estudios que concluyen que, a partir de 5 niveles, los resultados obtenidos son los mismos que con 8, con lo que añadir niveles no redundará en una mayor variación en los resultados.

Para la integración de los ítems del cuestionario que conforman las dimensiones de cada una de las variables independientes contenidas en el instrumento se revisaron un número importante de investigaciones ya validadas y se conformaron los ítems en base a las definiciones y resultados de al menos 3 investigaciones para cada variable independiente con sus respectivas dimensiones y definiciones. Cabe señalar que además se utilizó como base el instrumento

elaborado por una investigadora para integrar los ítems en el cuestionario (Carrera et al, 2016). En el Anexo 1 se presenta el instrumento de esta investigación. Además, se validaron las preguntas que conforman la segunda parte del cuestionario por 2 especialistas que coincidentemente fueron el Dr. Manuel Vázquez Zacarias (tutor de la presente tesis) y el Dr. Gustavo Alarcón (Docente del Doctorado, UANL) quienes ayudaron en la redacción y mejor comprensión del cuestionario.

3.2.2. Métodos de Evaluación de Expertos

Para darle la validez adecuada al cuestionario se empleó la evaluación de expertos. Por lo que se envió la primera parte del cuestionario diseñado en la presente investigación para que la revisan 4 profesores expertos: el Dr. Manuel Vázquez Zacarias (tutor de la presente tesis), la Dra. Jeyle Ortiz (Jurado de Tesis), el Dr. Abel Partida (Docente del Doctorado, UANL) y el Dr. Gustavo Alarcón (Docente del Doctorado, UANL). La segunda parte se le solicitó 5 especialistas en emprendimiento para que revisarán los items, fueron 2 de México y 3 de Perú: el Dr. Mario César Dávila Aguirre (Profesor de Emprendimiento e Innovación de la UDEM), el Dr. Alfonso López Lira Arjona (Profesor Investigador de la UANL), el Dr. Javier Del Carpio Gallegos (Decano de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Esan), el Dr. Arístides Vara-Horna (Director del Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres) y el Magister Julián Gallardo Valencia (Docente de la Universidad Esan).

3.2.3. Operacionalización de las variables de la hipótesis

A continuación, se presentan las variables independientes, los constructos y los ítems a emplearse en la segunda parte del instrumento de la presente investigación.

X1 Variable Habilidades Emprendedoras

Con base en las investigaciones de los autores citados en la presente investigación: Chatterjee & Dass (2015), Robles y Zagarra-Rodríguez (2014), y, Carrera, Partida y Villarreal (2016), se construye la definición de variable habilidades emprendedoras y sus dimensiones. Los autores, coinciden en dos habilidades: Habilidades de Liderazgo y Habilidades de Comunicación. A continuación, presentamos la variable liderazgo, sus definiciones, autores e ítems que se desarrollaron para la elaboración del instrumento de medición de la presente investigación.

Tabla 5. Operacionalización de Variables: Habilidades emprendedoras - Dimensión Habilidades de liderazgo

Dimensión	Definiciones	Autores del paper	Autores de las Definiciones	Ítems
Habilidades de Liderazgo	Leadership is defined as a process through which one uses power to direct and coordinate the activities of his followers individually or in a group to establish a goal	(Chatarjee & Dass, 2015)	(Yukl & Van Fleet, 1992).	1.- Soy capaz de conducir las actividades del grupo de personas con el que trabajo 2.- Soy capaz de coordinar las actividades del grupo de personas con el que trabajo
Habilidades de Liderazgo	Leadership is about a relationship of mutual understanding between a leader and his group of followers in the direction of a common goal. (Chatarjee & Dass, 2015)	(Chatarjee & Dass, 2015)	(Chatarjee & Dass, 2015)	3.- Soy capaz de hacer entendibles los objetivos de mi negocio 4.- Los resultados en un negocio dependen en gran parte de quien lo lidere 5.- Los resultados en un negocio dependen del compromiso que existe entre el líder y sus seguidores
Habilidades de Liderazgo	Markman (2007) said that entrepreneurs are those who possess the knowledge, skills and abilities of a strategic leader through which their actions and decisions influence enterprise success.	(Chatarjee & Dass, 2015)	Markman (2007)	6.- Mis decisiones influyen en los resultados de mi negocio 7.- Mis acciones influyen en los resultados de mi negocio
Habilidades de Liderazgo	According to a study conducted by Jong and Hartog (2007), leadership skill significantly influences any business success.	(Chatarjee & Dass, 2015)	Jong and Hartog (2007),	8.- Mis conocimientos influyen en los resultados de mi negocio 9.- Mis habilidades influyen en los resultados de mi negocio
Habilidades de Liderazgo	Capacidad para guiar la acción de los grupos humanos en una cierta dirección creando una atmósfera de energía y compromiso, estableciendo objetivos, siguiendo estos objetivos y dando retroalimentación que integra las opiniones de los demás.	Robles L., Zágarrá-Rodríguez, M. (2014)	Robles L., Zágarrá-Rodríguez, M. (2014)	10.- Tengo la capacidad de guiar al grupo de personas con el que trabajo 11.- Tengo la capacidad de crear una atmósfera de energía en el lugar donde trabajo 12.- Tengo la capacidad de crear una atmósfera de compromiso en el lugar donde trabajo 13.- Soy capaz de establecer metas y comunicarlas al grupo de personas con el que trabajo 14.- Soy capaz de brindar retroalimentación al grupo de personas con el que trabajo 15.- Tomo en cuenta las opiniones del grupo de personas con el que trabajo para la gestión de mi negocio
Habilidades de Liderazgo	Liderazgo, ante la realización de proyectos, influir en los demás a través de sus habilidades, conocimientos y cualidades	Carrera, Partida, Villarreal (2016)	DG de Política de la PYME y Secretarí a General (2003)	16.- Soy capaz de influir en los demás a través de mis habilidades 17.- Soy capaz de influir en los demás a través de mis conocimientos 18.- Soy capaz de influir en los demás a través de mis cualidades 19.- Soy capaz de conducir proyectos dentro de mi empresa
Habilidades de Liderazgo	Considerado como la capacidad para dirigir a un grupo, anticiparse a los demás en la toma de decisiones frente a los problemas y oportunidades.	Carrera, Partida, Villarreal (2016)	Surdes, E., Aguilar, N. (2013)	20.- Soy capaz de dirigir al grupo de personas que trabajan conmigo 21.- Soy capaz de anticiparme a los demás en la toma de decisiones frente a problemas 22.- Soy capaz de anticiparme a los demás en la toma de decisiones frente a nuevas oportunidades

Fuente: Elaboración propia

En el caso de habilidades de liderazgo, profundizamos su estudio, e identificamos en 2 investigaciones, El liderazgo transformacional y su influencia en los atributos de los seguidores en las Mipymes mexicanas, y, Transformational and Laissez-Faire Leadership Styles on Motivation: A Quantitative Study of Banking Employees in Pakistan Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba, en las cuales se reafirma lo que había mencionado en Carrera, Partida y Villarreal (2016), quienes citan a Varela (2001), quien argumenta que “El emprendedor es una figura producto de la sociedad, pero capaz de transformarla y dirigirla, son personas con cualidades para dirigir el desarrollo y crear organizaciones exitosas”. Dicho esto, podemos inferir que el tipo de liderazgo presente en el emprendedor de nuestra investigación es el transformacional mas no el transaccional. Por tal motivo, creímos conveniente enfocarnos en los autores de dichas investigaciones y sus definiciones para la elaboración de los ítems definitivos que irían en nuestro instrumento, lo cual se puede apreciar a continuación.

Tabla 6. Operacionalización de variables: Habilidades emprendedoras – Dimensión Liderazgo Transformacional

Dimensión	Definiciones	Autor paper	Autores de las Definiciones	Ítems
Liderazgo transformacional	Bass (1985) definió al líder transformacional como aquel que promueve conductas proactivas en sus seguidores.	Roberto Rojero-Jiménez, José Gerardo Ignacio Gómez-Romero, Liz Margarita Quintero-Robles	Bass (1985)	1.- Promuevo conductas proactivas en mis seguidores
Liderazgo transformacional	El fundamento de los líderes transformacionales es modificar los intereses de los individuos y ponerlos al servicio de la organización a través del convencimiento en una visión compartida conforme al modelo de Senge (1990).	Roberto Rojero-Jiménez, José Gerardo Ignacio Gómez-Romero, Liz Margarita Quintero-Robles	Senge (1990)	2.- Modifico los intereses de los individuos a través del convencimiento en una visión compartida 3.- Recurro al logro de los objetivos organizacionales con el fin de transformar moralmente a mis colaboradores 4.- Promuevo conductas positivas que reeditarán en mejores niveles de desempeño laboral para la empresa.
Liderazgo transformacional	Transformational leaders facilitate new understandings	Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba	Memoona Zareen & Kiran Razzaq &	1.- Soy capaz de facilitar el entendimiento de los problemas al grupo de

	by increasing or altering awareness of issues		Bahaudin G. Mujtaba (2014)	personas con el que trabajo
Liderazgo transformacional	As a result, they foster inspiration and anticipation to put extra labor to achieve common goals	Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba	Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba (2014)	2.- Soy capaz de inspirar al grupo de personas con el que trabajo para que se esfuercen más en el logro de las metas comunes
Liderazgo transformacional	Transformational leadership is another extreme as these leaders influence the attitudes and beliefs of followers and motivate them according to their own interest for the betterment of the organization (Burns 1998)	Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba	Burns (1998)	4.- Soy capaz de influir en las actitudes del grupo de personas con el que trabajo, lo que permite mejorar mi organización 5.- Soy capaz de influir en las creencias del grupo de personas con el que trabajo, lo que permite mejorar mi organización 6.- Soy capaz de motivar al grupo de personas con el que trabajo de acuerdo a sus intereses, lo que permite mejorar mi organización
Liderazgo transformacional	Transformational leaders try to develop the followers' full potential (Bass 1985; Johnson and Dipboye 2008), by influencing and engaging them. conductas proactivas en sus seguidores.	Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba	Bass (1985); Johnson and Dipboye (2008)	7.- Intento desarrollar el potencial del grupo de personas con el que trabajo, influyendo en ellos e involucrándolos
Liderazgo transformacional	The main foundation of the transformational leadership style is the leader's ability to motivate the follower to accomplish more than what the follower planned to accomplish (Krishnan 2005)	Memoona Zareen & Kiran Razzaq & Bahaudin G. Mujtaba	Krishnan (2005)	8.- Soy capaz de motivar al grupo de personas con el que trabajo para lograr más de lo que les corresponde hacer

Fuente: Elaboración propia

A continuación, mostramos en cuadro similar lo relacionado a la dimensión Habilidades de Comunicación.

Tabla 7. Operacionalización de variables: Habilidades emprendedoras – Dimensión Habilidades de comunicación

Dimensión	Definiciones	Autores del paper	Autores de las Definiciones	Ítems
Habilidades de Comunicación	Adejimola (2008) enfatizó la importancia de inculcar habilidades de comunicación y declaró que los empresarios que establecen una comunicación efectiva dentro y fuera de sus empresas tienen más éxito.	Chatarjee & Dass, (2015)	Adejimola (2008)	1.- Soy capaz de comunicarme con el grupo de personas con el que trabajo en mi empresa 2.- Soy capaz de comunicarme con mis proveedores 3.- Soy capaz de comunicarme con mis clientes 4.- Soy capaz de comunicarme con otros empresarios
Habilidades de Comunicación	Montagno, Kuratko y Scarcella (1986) sugirieron que la comunicación debe considerarse esencialmente como un concepto multidimensional que afecta la competencia, la interrelación y las habilidades cognitivas para un mejor desempeño empresarial.	Chatarjee & Dass, (2015)	Montagno, Kuratko y Scarcella (1986)	5.- Los resultados de mi negocio dependen de la capacidad de comunicarme con el grupo de personas con el que trabajo 6.- Los resultados de mi negocio dependen de la capacidad de comunicarme con mis clientes 7.- Los resultados de mi negocio dependen de la capacidad de comunicarme con mis proveedores 8.- El ser capaz de comunicarme me otorga una ventaja competitiva a nivel de mercado
Habilidades de Comunicación	Un ser humano que tenga una excelente calidad expresiva también se convertiría en un buen líder. Los emprendedores necesitan ser buenos comunicadores. (Chatterjee & Das).	Chatarjee & Dass, (2015)	Chatarjee & Dass, (2015)	9.- La forma en que me comunico con el grupo de personas con el que trabajo transmite lo que pienso 10.- La forma en que me comunico con el grupo de personas con el que trabajo transmite lo que siento
Habilidades de Comunicación	El emprendedor debe ser capaz de acercarse fácilmente, explicar	Chatarjee & Dass, (2015)	Chatarjee & Dass, (2015)	11.- Tengo la capacidad de acercarme fácilmente para explicar mis pensamientos al grupo de personas con el que trabajo

	y discutir sus pensamientos a otros para tener éxito. (Chatterjee & Das)			12.- Tengo la capacidad de acercarme fácilmente para discutir mis pensamientos al grupo de personas con el que trabajo
Habilidades de Comunicación	Habilidades (lo que debes saber hacer manual y mentalmente). Comunicación verbal y escrita, poseedor de un sexto sentido en sus labores emprendedoras, capacidad de entablar y mantener buenas relaciones interpersonales, etc. (Carrera et al)	Carrera et al (2011)		13.- Soy capaz de informar al grupo de personas con el que trabajo 14.- Me comunico con facilidad con el grupo de personas con el que trabajo 15.- Me comunico con facilidad con mis clientes 16.- Me comunico con facilidad con mis proveedores 17.- Me comunico con facilidad con otros empresarios
Habilidades de Comunicación	Habilidad para escuchar, hacer preguntas, expresar ideas y conceptos de manera efectiva. (Vainrub, 2004).	Robles L., Zágarrá-Rodríguez, M. (2014)	Vainrub, (2004).	18.- Tengo la habilidad de escuchar al grupo de personas con el que trabajo 19.- Tengo la habilidad de escuchar las sugerencias de mis clientes 20.- Tengo la habilidad de escuchar lo que me ofrecen mis proveedores 21.- Tengo la habilidad de escuchar las situaciones por las que pasan otros empresarios 22.- Se hacer las preguntas adecuadas al grupo de personas con el que trabajo 23.- Se expresar mis ideas al grupo de personas con el que trabajo 24.- Se expresar conceptos al grupo de personas con el que trabajo

Elaboración propia

X2 Variable Rasgos de Personalidad del Emprendedor

A continuación, mostramos en la tabla 8, lo relacionado a la variable y sus respectivas dimensiones:

Tabla 8. Operacionalización de variables – Rasgos de Personalidad

Dimensión	Definiciones	Autor paper	Autores de las Definiciones	Ítems
Proactividad	La proactividad es una de las habilidades de eficacia personal mencionadas por Gispert (2000) y Lester (2000); Pérez y otros (2001), enfocada en la energía y entusiasmo del individuo en hacer sus labores de manera sostenida por largos periodos, lo cual les permite establecer estándares al momento de desarrollar estas.	Ma. Margarita Carrera Sánchez, Abel Partida Puente, Luis A. Villarreal Villarreal (2016)		<ul style="list-style-type: none"> 1.- Tengo un alto nivel de energía para hacer las cosas 2.- Tengo un alto nivel de entusiasmo para hacer las cosas 3.- Soy capaz de trabajar muchas horas durante largos periodos. 4.- Soy capaz de establecer estándares en el trabajo
Proactividad	Es una disposición general para intervenir en el medio ambiente y cambiarlo, en lugar de solo reaccionar a los eventos (Bateman y Crant, 1993). Dirigir un negocio significa estar en un estado de alerta perpetuo, ser un buscador, identificar oportunidades, tomar decisiones rápidas, hacer que las cosas sucedan. La	M. R. Luca, A. Robu (2016)	Bateman y Crant, (1993), M. R. Luca, A. Robu (2016)	<ul style="list-style-type: none"> 5.- Soy capaz de intervenir en el medio ambiente y cambiarlo, en lugar de solo reaccionar a los eventos 6.- Soy un buscador e identificador oportunidades 7.- Tomo decisiones rápidas 8.- Soy capaz de hacer que las cosas sucedan 9.- Me coloco en situaciones donde tomo la iniciativa 10.- Tomo la iniciativa de actuar con determinación para anticiparme y prevenir el futuro.

	proactividad parece ser un ingrediente esencial para el esfuerzo y el éxito empresarial			
Locus de Control	<p>Rotter (1966) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo).</p> <p>Bonnett y Furnham (1991) comprobaron que el locus interno se puede desarrollar a través de situaciones alentadoras que ayudan a los individuos a percibir la relación entre su esfuerzo, la realización de la tarea y el resultado de esta realización. Por tanto, se podría “aprender” a desarrollar una actitud emprendedora.</p>	M. R. Luca, A. Robu (2016)	Rotter (1966), Bonnett y Furnham (1991)	<p>1.- Los resultados de mi negocio dependen de mis acciones</p> <p>2.- Percibo que lo que ha ocurrido en mi negocio es gracias a mi comportamiento</p> <p>3.- Percibo que lo que ha ocurrido en mi negocio es gracias a que tengo control sobre las consecuencias externas.</p>
Locus de Control	Es considerado como uno de los rasgos principales de la	Nurdan Çolakoğlua y İzlem Gözükarab (2016)	Venkatapathy, (1984), (Begley y Boyd, 1987),	4.- Los resultados de mi negocio dependen de si tengo la suerte de estar en el lugar correcto

	<p>personalidad en las actividades empresariales (Venkatapathy, 1984). Se describe como la capacidad percibida por un individuo para controlar eventos en su vida (Begley y Boyd, 1987). Puede ser de naturaleza interna o externa. Las personas que tienen un locus de control interno creen que pueden controlar todo en su vida, mientras que las personas con un locus de control externo creen que hay un poder externo que controla su vida. Esta creencia tiene efectos significativos en los comportamientos empresariales.</p>			<p>5.- Los resultados de mi negocio dependen de si tengo la suerte de estar en el momento adecuado. 6.- En gran medida mi vida está controlada por sucesos accidentales. 7.- Cuando consigo lo que quiero, generalmente es porque tengo suerte. 8.- Mi vida está determinada por mis propias acciones. 9.- Cuando obtengo lo que quiero, generalmente es porque trabajé duro para lograrlo. 10.- No es prudente para mí planear demasiado a futuro, porque las cosas resultan ser una cuestión de mala suerte. 11.- El que tenga o no éxito en la vida depende principalmente de mi capacidad. 12.- Lo que sucede en mi vida está determinado principalmente por personas en posiciones poderosas. 13.- Tengo el control de mi vida. 14.- Los resultados de mi negocio son principalmente una cuestión de suerte.</p>
--	---	--	--	--

Locus de Control	La teoría de Boone, (2000), indica que el locus de control de los dirigentes está significativamente asociado con el desarrollo de la empresa, y señala que los dirigentes con un locus de control interno tiene mejor desempeño y mayor éxito en su empresa.	Ma. Margarita Carrera Sánchez, Abel Partida Puente, Luis A. Villarreal Villarreal (2016)		16.- Tengo confianza en mi mismo. 17.- Me comporto con calma en situaciones ambiguas o inciertas.
Propensión al riesgo	Según la investigación de Jaramillo Villanueva et all (2012) titulada Perfil Emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México, menciona que la propensión al riesgo es una característica de los emprendedores, este elemento socio-cultural incide en la vocación para emprender (Thurik y Wennekers 2004). Este concepto puede definirse como el rasgo de personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo a	M. R. Luca, A. Robu (2016)	Jaramillo Villanueva et all (2012), Thurik y Wennekers (2004).	1.- Estoy dispuesto a asumir riesgos constantemente 2.- Tengo una tendencia a asumir riesgos constantemente 3.- Tomo decisiones sin medir las posibles consecuencias o resultados 4.- Tomo decisiones en base a las posibles consecuencias o resultados

	<p>asumir riesgos. Las conductas de alto riesgo consideran alternativas cuyas consecuencias finales pueden alejarse de su marco de expectativas de resultados;</p> <p>los sujetos que tienen baja propensión al riesgo evitan alternativas que puedan causar resultados alejados de sus expectativas.</p>			
Propensión al riesgo	<p>En recientes estudios se hace notable la importancia que tiene el perfil psicológico del emprendedor como lo menciona el investigador McClellan (1961), destacando los atributos significativos en un emprendedor como son: la originalidad e innovación, tomar riesgos calculados, aceptación de sus responsabilidades, conocimientos de los resultados de sus actos, planificación en base al largo plazo.</p>	<p>Ma. Margarita Carrera Sánchez, Abel Partida Puente, Luis A. Villarreal Villarreal (2016)</p>		<p>5.- Soy capaz de aceptar desafíos</p> <p>6.- Soy capaz de tomar riesgos calculados</p>
Creatividad	<p>Según Garravant (1994), el éxito de la</p>	<p>Ma. Margarita Carrera Sánchez,</p>		<p>1.- Soy una persona con muchas ideas</p>

	PyME se basa más en las capacidades intelectuales del empresario y/o gerente que en sus bienes materiales. Se vincula particularmente al interés por el desarrollo del capital intelectual, la creatividad y la innovación, el dominio de la disciplina profesional, la ejecución efectiva para aplicar sus conocimientos a problemas del mundo real y la creatividad en la resolución, motivación y adaptabilidad para lograr el éxito.	Abel Partida Puente, Luis A. Villarreal Villarreal (2016)		2.- Soy una persona a la cual le gusta encontrar nuevas maneras de hacer las cosas.
Creatividad	Según Schnarch Kirberg (2013) en el artículo Creatividad, innovación y marketing: claves del éxito emprendedor, menciona que la creatividad se relaciona con la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades de ideas que satisfagan necesidades reales y sentidas del mercado. En su sentido	M. R. Luca, A. Robu (2016)	Schnarch Kirberg (2013), M. R. Luca, A. Robu (2016)	1.- Busco constantemente oportunidades para crear nuevas ideas que satisfagan necesidades reales en el mercado 2.- Aprovecho mi tiempo para crear nuevas ideas que satisfagan necesidades reales en el mercado 3.- Busco la solución a problemas de maneras distintas 4.- Soy capaz de aprovechar los elementos

	<p>más amplio, creatividad es generar nuevas posibilidades, solucionar problemas, proponer cosas distintas y novedosas, pero no en abstracto, sino a realidades, componentes y situaciones concretas. Creatividad es la capacidad y actitud de personas y empresas para formar combinaciones, relaciones o reestructurar elementos de su realidad, logrando productos o resultados originales y relevantes. Es tener ideas nuevas y útiles.</p>			<p>de mi entorno para crear productos originales 5.- Soy capaz de aprovechar los elementos de mi entorno para crear servicios originales 6.- Tomo parte de mi día en pensar como brindar nuevas soluciones a los problemas de mis clientes 7.- Tomo parte de mi día en planificar nuevas soluciones a los problemas de mis clientes 8.- Tomo parte de mi día en ver como plasmar nuevas soluciones a los problemas de mis clientes 9.- Tomo parte de mi día en materializar las nuevas soluciones a los problemas de mis clientes 10.- Tomo parte de mi día en poner en práctica las nuevas soluciones a los problemas de mis clientes</p>
--	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

X3 Variable Valores Del Emprendedor

A continuación, se presenta la tabla 9, con los valores del emprendedor identificados en cada investigación y sus definiciones

Tabla 9. Operacionalización de variables – Valores del emprendedor

Valores en Emprendedores/ empresarios	Valores emprendedores	Valores emprendedores
Ambiciosos	Autonomía	Autodirección: Es importante para mí pensar nuevas ideas y ser creativo; hacer las cosas a la manera propia.
Autoestima	Capacidad para asumir riesgos	Benevolencia: Es importante ayudar a las personas que viven cerca; para cuidar de sus necesidades.
Capaces	Confianza en sí mismo	Conformidad: "Es importante comportarme siempre correctamente; para evitar hacer algo que la gente diría que está mal".
Honestos	Creatividad	Estimulación: "La aventura y los riesgos son importantes para mí; tener una vida emocionante
Imaginativos	Espíritu de equipo	Hedonismo: Es importante para mí pasar un buen rato; para "echarse a perder" uno mismo.
Independientes	Liderazgo	Logros: Ser muy exitoso es importante para mí; para que la gente reconozca mis logros.
Libertad	Respeto	Poder: Es importante para mí ser rico; tener mucho dinero y cosas caras.
Logicos	Sentido de responsabilidad	Seguridad: Vivir en un entorno seguro es importante para mí, Para evitar cualquier cosa que pueda ser peligrosa.
Respeto propio	Solidaridad	Tradicición: "La tradición es importante para mí; seguir las costumbres dictadas por la religión o la familia".
Sentido de logro	Tenacidad	Universalismo: "Cuidar el medio ambiente es importante para mí; Cuidar la naturaleza y salvar los recursos de la vida".
Valientes		
Vida emocionante		

Fuente: Elaboración propia

Cabe recalcar que para el instrumento se escogieron los siguientes valores que coinciden los 3 autores de las investigaciones que se aprecian en la tabla

anterior, los cuales son: Honestidad, Respeto propio, Respeto a los demas, Espíritu de equipo, Solidaridad, Tenacidad y Sentido de responsabilidad, y se desarrollaron los siguientes enunciados a partir de estos:

- ¿Usted se considera una persona honesta?
- ¿Con qué frecuencia usted practica el respeto propio?
- ¿Con qué frecuencia usted practica el Respeto a los demas?
- ¿Con qué frecuencia usted practica el Espíritu de equipo?
- ¿Usted practica la solidaridad?
- ¿Se considera una persona tenaz?
- ¿En sus acciones predomina el sentido de la responsabilidad?

3.2.4. Población, marco muestral y muestra

La población de estudio está conformada por los estudiantes de 7mo en adelante de las principales universidades Cabe recalcar, que la presente investigación opta por centrarse en los alumnos de las universidades privadas debido a que es donde se ha manifestado un incremento de alumnos que tienen su propio negocio ya sea por emprendimiento o por seguir a sus padres. Se seleccionó las dos universidades más importantes Privadas ubicadas al sur de Lima, Perú que es la Universidad de San Martín de Porres y la Universidad del ESAN, dentro de estas se seleccionaron las principales facultades de Administración, Marketing y Negocios Internacionales, la Escuela de Ingeniería y Posgrado.

Para el marco muestral se consideró a los alumnos de 7mo semestre en adelante ya que tienen la potencialidad de emprender su propio negocio. Para efectos de la encuesta piloto, esta se realizó a los alumnos de la Facultad de Administración y Marketing de la Universidad ESAN.

3.3 . Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra es la cantidad de respuestas completas que encuesta recibe. Se le llama muestra porque solo representa parte del grupo de personas (o población objetivo) cuyas opiniones o comportamiento nos interesan. Puesto que contamos con una estadística de los alumnos de las universidades privadas, para determinar el tamaño de la muestra, emplearemos la fórmula para poblaciones finitas.

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

En donde

Z = nivel de confianza,

p= porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q= porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado (1-p)

N= el tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)

e= error de estimación máximo aceptado

n= tamaño de la muestra

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

La data más reciente de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) - Unidad de Documentación e Información Universitaria, 2014 – 2017, sobre alumnos de universidades privadas matriculados es de 965,709. Según data del Ministerio de la Producción del Perú (PRODUCE, 2018), los emprendedores que se encuentran cursando estudios superiores, son en promedio el 53%, por tanto, podemos inferir que el tamaño de la población estaría compuesto por 486,404 alumnos de universidades privadas.

Usando la fórmula, para la cual se asumieron los siguientes valores: error estimado de 5%, porcentaje de la población que tiene el atributo deseado de 0.5%, Nivel de confianza Z de 1.96 y 1-p (porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado 1-p) de 0.5%, la muestra es de 384 estudiantes.

Es relevante mencionar que para la presente investigación se buscó encuestar a los estudiantes con emprendimientos, sin embargo, como no se tenía ese dato específico, se estuvo aplicando a un número mayor de la muestra para llegar al número necesario estadísticamente. Motivo por el cual, se continuó aplicando la encuesta hasta llegar a 1,305, luego se realizó una depuración, quedando 1,124 encuestas válidas, donde se pudo apreciar que el 22% de estudiantes eran creadores de emprendimientos.

3.3.1. Sujetos de Estudio:

Los sujetos de estudio serán los alumnos de pregrado de 7mo ciclo en adelante y alumnos de posgrado identificados que están estudiando en las facultades de Administración, Marketing y Negocios Internacionales y de Ingeniería de la Universidad de San Martín de Porres y en la facultad de Administración y Marketing de la Universidad ESAN, localizadas en el Sur de la ciudad de Lima, Perú.

3.4. Métodos de Análisis

A fin de analizar los datos obtenidos de las encuestas, estos se procesaron a través del SPSS y para medir la confiabilidad de los instrumentos del cuestionario se empleó el Alfa de Cronbach y respecto a la validez de los constructos se analizó la composición factorial de las escalas de manera separada, ya que cada una mide diferentes aspectos; el análisis se realizó mediante el Análisis de Componentes Principales con Kaiser. Además, se empleó la estadística descriptiva para obtener las características demográficas de nuestra muestra poblacional, y, comprender cómo esta se distribuía, y, en particular, con respecto a quiénes crearon o no emprendimientos, y, sus niveles de educación (pregrado y posgrado).

Es pertinente mencionar que se usó la regresión logística binaria para la comprobación de hipótesis y así identificar qué factores claves del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú. Esto ocurre,

ya que en la presente investigación la variable dependiente es de tipo dicotómica, conformada por: la creación de emprendimientos o la no creación de emprendimientos. Según Arriaza (2006), se cree que la regresión logística binaria es algo compleja, pero en pocas palabras, se basa en la idea que las variables independientes tratan de predecir la probabilidad que ocurra algo sobre la probabilidad que no-ocurra.

CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se muestra la prueba piloto realizada para el análisis de confiabilidad del Alfa de Cronbach del Instrumento de Medición. Los resultados con la estadística descriptiva y el Análisis Estadístico del modelo de Regresión logística que ayudaran a verificar las pruebas de hipótesis.

4.1. Prueba piloto

El presente instrumento se aplicó en su etapa piloto a los alumnos de la Facultad de Administración y Marketing de la Universidad Esan y después se usó para la población total que junto con los alumnos de la Universidad de San Martín de Porres integraron la muestra. La prueba piloto consistió en la aplicación de una encuesta online a 30 personas, la cual contemplo preguntas sobre las 4 variables en estudio. Los resultados fueron satisfactorios ya que al analizar la consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach se encontró un alto nivel de fiabilidad ($\alpha > .706$), el alfa del instrumento completo fue de .884. El instrumento midió las 4 variables (escalas), 3 independientes y una dependiente, considerando que la variable dependiente solo tiene una pregunta y se evaluó la consistencia interna de las variables independientes, encontrándose altos niveles de fiabilidad por lo que no se modificó la encuesta (ver Tabla 10).

Tabla 10. Consistencia interna – prueba piloto

Variable	Ítems	Alfa de Cronbach
Habilidades emprendedoras	(11)	0.900
Rasgos de Personalidad	(21)	0.786
Valores de emprendedor	(7)	0.882

Fuente: 30 encuestas a estudiantes. Elaboración propia del autor.

4.2. Resultados finales

4.2.1. Estadística descriptiva

En la Tabla 11, se presentan las características de los estudiantes encuestados.

- El 45.2% son hombres y el 54.8% son mujeres, la mayor parte de encuestados son solteros (94.7%), en cuanto a la edad de los estudiantes el promedio es 23.2 años, en un rango de 18 a 49 años.
- En cuanto a las características académicas, el 96.1% de estudiantes encuestados son de pregrado, el resto pertenece a posgrado y DPA; el 56% de los estudiantes son de la escuela de negocios internacionales, mientras que el 31.3% a Administración, el 6.6% a Marketing.

Tabla 11. Características de la muestra

Características sociodemográficas		Características académicas	
		Nivel académico	
		Pregrado:	96.1%
		Posgrado:	2.3%
		DPA:	1.5%
		Carrera	
		Administración:	31.3%
		Negocios Internacionales:	56%
		Marketing:	6.6%
		Ingenierías:	6.1%
		Semestre	
		Promedio:	7.76 (D.E. 2.18)
		Rango:	1 – 10 ciclos

Fuente: 1124 encuestas a estudiantes. Elaboración propia del autor.

4.2.2. Validez y fiabilidad del instrumento

Respecto a la validez de constructo, se analizó la composición factorial de las escalas de manera separada, ya que cada una mide diferentes aspectos; el análisis se realizó mediante el Análisis de Componentes Principales con Kaiser. Para la escala habilidades emprendedoras, la mayor parte de comunalidades de cada ítem estuvieron por encima del 50%, siendo tres de los ítems de la dimensión de habilidades de liderazgo transformacional menores al mínimo esperado. La escala se dividió en dos componentes, esto se esperaba ya que la variable tiene dos dimensiones, cabe resaltar que el componente estuvo saturado por la mayor parte de ítems de la dimensión liderazgo transformacional y 2 ítem de la dimensión habilidades de comunicación. Los pesos factoriales estuvieron por encima del 0.50, y todos los ítems de la escala explican el 57.57% de los datos, superando el mínimo esperado (50%). Por tanto, no hay necesidad de eliminar ningún ítem (ver Tabla 12).

Tabla 12. Validez de constructo de la variable habilidades emprendedoras

Variable	Ítem	Comunalidades	Componente		AVE
			1	2	
Habilidades emprendedoras	LT1	.482		.662	57.57
	LT2	.473	.623		
	LT3	.363	.549		
	LT4	.665	.790		
	LT5	.660	.779		
	LT6	.609	.758		
	HC1	.588		.662	
	HC2	.712		.835	
	HC3	.643	.737		
	HC4	.613	.758		
	HC5	.524		.522	

Determinante de la matriz = .010; KMO=0.926; Bartlett = 5154.71; gl =55, p<0,000.

La escala de rasgos de personalidad del emprendedor reportó que dos de sus comunalidades estuvieron por debajo del 0.5. Sin embargo, todos los ítems

obtuvieron pesos factoriales por encima del mínimo esperado (.50). La escala se dividió en cuatro componentes, donde:

- La dimensión de proactividad saturó el componente 1 y 3.
- La dimensión locus de control interno saturó los componentes 2 y 3.
- La dimensión propensión al riesgo saturó los componentes 1 y 4.
- La dimensión creatividad saturó los componentes 1 y 2

Todos los ítems de la escala explican el 59.04% de los datos, superando el mínimo esperado (.50). Por tanto, no hay necesidad de eliminar algún ítem (ver tabla 13).

Tabla 13. Validez de constructo de la variable rasgos de personalidad del emprendedor

Variable	Ítems	Comunalidades	Componente				AVE
			1	2	3	4	
Rasgos de personalidad del emprendedor	P1	.572			.673		
	P2	.532			.541		
	P3	.517	.667				
	P4	.568	.638				
	P5	.416	.551				
	P6	.585	.536				
	LC1	.700			.738		
	LC2	.622			.629		
	LC3	.622		.681			
	LC4	.617		.734			
	LC5	.584		.676			59.04
	PR1	.555	.588				
	PR2	.801				.877	
	PR3	.790				.846	
	PR4	.604	.720				
	PR5	.580	.635				
	C1	.550	.504				
	C2	.486	.568				
	C3	.530	.589				
	C4	.548	.574				
C5	.620		.556				

Determinante de la matriz = 9.276E-5; KMO=0.946; Bartlett = 10364.10; gl =210, p<0,000.

La escala de valores del emprendedor tuvo 3 comunalidades por debajo del mínimo esperado. Asimismo, al ser una variable unidimensional se esperaba que esta solo tuviera un componente, tal como se observa en la tabla 14. Todos los pesos factoriales estuvieron por encima del mínimo esperado (.50), y todos los ítems de la escala explican el 50.68% de los datos, superando el mínimo esperado (50%). Por tanto, no hay necesidad de eliminar algún ítem.

Tabla 14. Validez de constructo de la variable valores del emprendedor

Variable	Ítems	Comunalidades	Componente	AVE
Valores del emprendedor	V1	.447	.669	50.68
	V2	.551	.743	
	V3	.576	.759	
	V4	.439	.663	
	V5	.577	.760	
	V6	.438	.662	
	V7	.519	.720	

Determinante de la matriz = .117; KMO=0.893; Bartlett = 2416.775; gl =21, p<0,000.

4.2.3. Modelo de regresión logística binaria

El modelo se dividió en dos bloques uno inicial y un bloque 1. El bloque inicial calcula solo el modelo con la constante, mientras que el bloque 1, permite ver qué variables independientes explican a la dependiente. En la Tabla 15, se puede observar el modelo de regresión logística en el bloque inicial. Por defecto, el software SPSS 26 emplea un punto de 0.5, esto significa que aquellos sujetos para los que la ecuación calcula una probabilidad menor a 0.5, se clasifican como Estado = 0 (no emprendimiento), mientras que si la probabilidad resultante es mayor igual a 0.5 se clasifican como Estado = 1 (emprendimiento). En este primer paso el modelo ha clasificado correctamente a un 57% los casos, y ningún sujeto “no emprendimiento” ha sido clasificado correctamente.

Asimismo, en la ecuación de regresión sólo aparece, en este primer bloque, la constante, habiendo quedado fuera todas las variables probadas rasgos de

personalidad del emprendedor, valores del emprendedor y habilidades emprendedoras. Se observa que el modelo del bloque inicial, utilizando solo la constante es significativo (ver tabla 15).

Tabla 15. Variables en la ecuación - Bloque Inicial

Variables	β	E.T.	Wald	Exp (β)	P-valor
Constante	.283	.060	22.062	1.327	0.000

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

Como se observa en la Tabla 16, las significancias estadísticas de las variables rasgos de personalidad del emprendedor y habilidades emprendedoras son menores a 0.01, a diferencia de la variable valores del emprendedor. Sin embargo, aún no han sido analizadas en el modelo, por tal motivo aparecerán en el bloque posterior.

Tabla 16. Variables que no están en la ecuación - Bloque Inicial

Variables	Puntaje	Grados Libertad	Significancia
X2 Rasgos de personalidad del emprendedor	13.622	1	.000
X3 Valores del emprendedor	0.296	1	.586
X1 Habilidades Emprendedoras	18.097	1	.000

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

Como se ha mencionado en el bloque 1, recién podemos ver qué variable independiente explica la intención de emprender. Primero se debe considerar la prueba ómnibus del modelo, la prueba muestra que tenemos un contraste significativo (chi-cuadrado = 18.181, p-valor = 0.00), por tanto, se puede continuar el análisis, esta prueba nos indica que la variable dependiente al menos esta explicada por una variable.

El análisis del bloque 1 se hace en tres pasos, o sea se calcularon tres modelos, primero en el paso 1 se evalúa el modelo utilizando solo la variable habilidades emprendedoras. Mientras que en el paso 2, el modelo considera la variable habilidades emprendedoras y valores del emprendedor.

En la Tabla 17, se observa el primer modelo calculado que nos menciona que la probabilidad de que se realice un emprendimiento está en función de las habilidades emprendedoras que desarrollen los estudiantes. Cabe resaltar que el modelo clasificó correctamente el 58.1% de los casos (1 = emprendimiento). Como se puede observar el modelo es significativo, esto indica que la variable habilidades emprendedoras explica la creación del emprendimiento.

Tabla 17. Modelo de la regresión paso 1 – Bloque 1

Variables	Wald	Exp (β)	P-valor	Intervalo de confianza (95%)	
				Límite inferior	Límite superior
Habilidades emprendedoras	17.437	1.048	0.000	1.025	1.071

Nota 1: Factores que no fueron agregados en la ecuación rasgos de personalidad y valores.

Nota 2: Prueba Ómnibus ($X^2=18.181$, $gl=1$, P-valor= 0.00); R^2 de Cox & Snell = 0.16; Prueba de Hosmer & Lemeshow ($X^2 = 5.483$, $gl=8$, P-valor = .705).

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

En la Tabla 18, se observa el comportamiento de las variables rasgos de personalidad del emprendedor y valores del emprendedor, cuando no son tomadas en el modelo. Se puede observar que el puntaje de la variable valores del emprendedor es significativa estadísticamente (P-valor < 0.01). Por tanto, esta es considerada para un segundo paso en el bloque 1.

Tabla 18. Variables que no están en la ecuación paso 1 - Bloque 1

Variables	Puntaje	Grados Libertad	Significancia
X2 Rasgos de personalidad del emprendedor	0.046	1	.830
X3 Valores del emprendedor	16.203	1	.000

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

En la Tabla 19, se observa el segundo modelo calculado que permite calcular la probabilidad de que se cree un emprendimiento en función de las habilidades emprendedoras y los valores del emprendedor que desarrollen los estudiantes. El modelo clasificó correctamente el 57.7% de los casos (1 = emprendimiento). Como se observa el modelo es significativo y muestra que las variables probadas (habilidades emprendedoras y valores del emprendedor) explican a la variable dependiente.

Tabla 19. Modelo de la regresión paso 2 – Bloque 1

Variables	Wald	Exp (β)	P-valor	Intervalo de confianza (95%)	
				Límite inferior	Límite superior
Habilidades emprendedoras	32.135	1.103	0.000	1.066	1.141
Valores del emprendedor	15.869	0.895	0.000	0.848	0.945

Nota 1: Factores que no fueron agregados en la ecuación rasgos de personalidad.

Nota 2: Prueba Ómnibus ($X^2= 34.517$, $gl=2$, $P\text{-valor}= 0.00$); R^2 de Cox & Snell = 0.3; Prueba de Hosmer & Lemeshow ($X^2 = 12.364$, $gl=8$, $P\text{-valor} = .136$).

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

En la Tabla 20, se puede observar que el puntaje de la variable rasgos de personalidad del emprendedor no es significativa estadísticamente (P-valor < 0.01). Por tanto, no se considera en un tercer modelo.

Tabla 20. Variables que no están en la ecuación paso 2 - Bloque 1

Variables	Puntaje	Grados Libertad	Significancia
X2 Rasgos de personalidad del emprendedor	0.270	1	.604

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

Se consideró hacer el análisis por dimensiones con el fin de verificar si alguna de las dimensiones de rasgos de personalidad del emprendedor explica a la variable dependiente. El modelo se clasificó correctamente con 57.1% de los casos (1 = emprendimiento). El valor del modelo calculado solo con la constante fue significativo. En el bloque 1, la prueba ómnibus fue significativa (Chi-cuadrado = 46.862, P-valor=0.00), permitiendo continuar con los cálculos de los modelos.

En la Tabla 21, se observan las características (dimensiones por factor), que estarían siendo parte de la probabilidad de crear un emprendimiento. Por tanto, se concluye que la probabilidad de que un estudiante cree un emprendimiento está en función del locus control interno y propensión al riesgo. Cabe resaltar que el modelo clasificó correctamente el 59.2% de los casos (1 = emprendimiento).

Tabla 21. Modelo de la regresión Bloque 1 – Paso 1, dimensiones de la variable X2 rasgos de personalidad

Variables	Wald	Exp (β)	P-valor	Intervalo de confianza (95%)	
				Límite inferior	Límite superior
Proactividad	.477	1.022	.490	.960	1.089
Locus control interno	23.506	1.141	.000	1.082	1.203
Propensión al riesgo	9.951	.923	.002	.878	.970
Creatividad	0.001	1.001	.979	.932	1.075
Constante	9.213	.232	.002		

Nota 1: Prueba Ómnibus ($X^2= 60.137$, $gl=4$, $P\text{-valor}= 0.00$); R^2 de Cox & Snell = 0.55; Prueba de Hosmer & Lemeshow ($X^2 = 6.332$, $gl=8$, $P\text{-valor} = .610$).

Fuente: 1124 estudiantes. Elaboración Propia

Finalmente, y, luego de los análisis realizados, podemos llegar a la ecuación del modelo de la presente investigación, el cual se describe de la siguiente forma:

$$P(Y) = \frac{1}{1 + e^{-(0.09 x_1 - 0.112 x_3)}}$$

Cabe recalcar que en la ecuación no figura la variable rasgos de personalidad del emprendedor, dado que en el análisis realizado (Ver tabla 20), dicha variable no es significativa estadísticamente.

4.3. Comprobación de hipótesis

Los resultados presentados en los apartados anteriores definen cuáles hipótesis se rechazan y cuáles no se rechazan. La Tabla 22 muestra la comprobación de las hipótesis de la investigación.

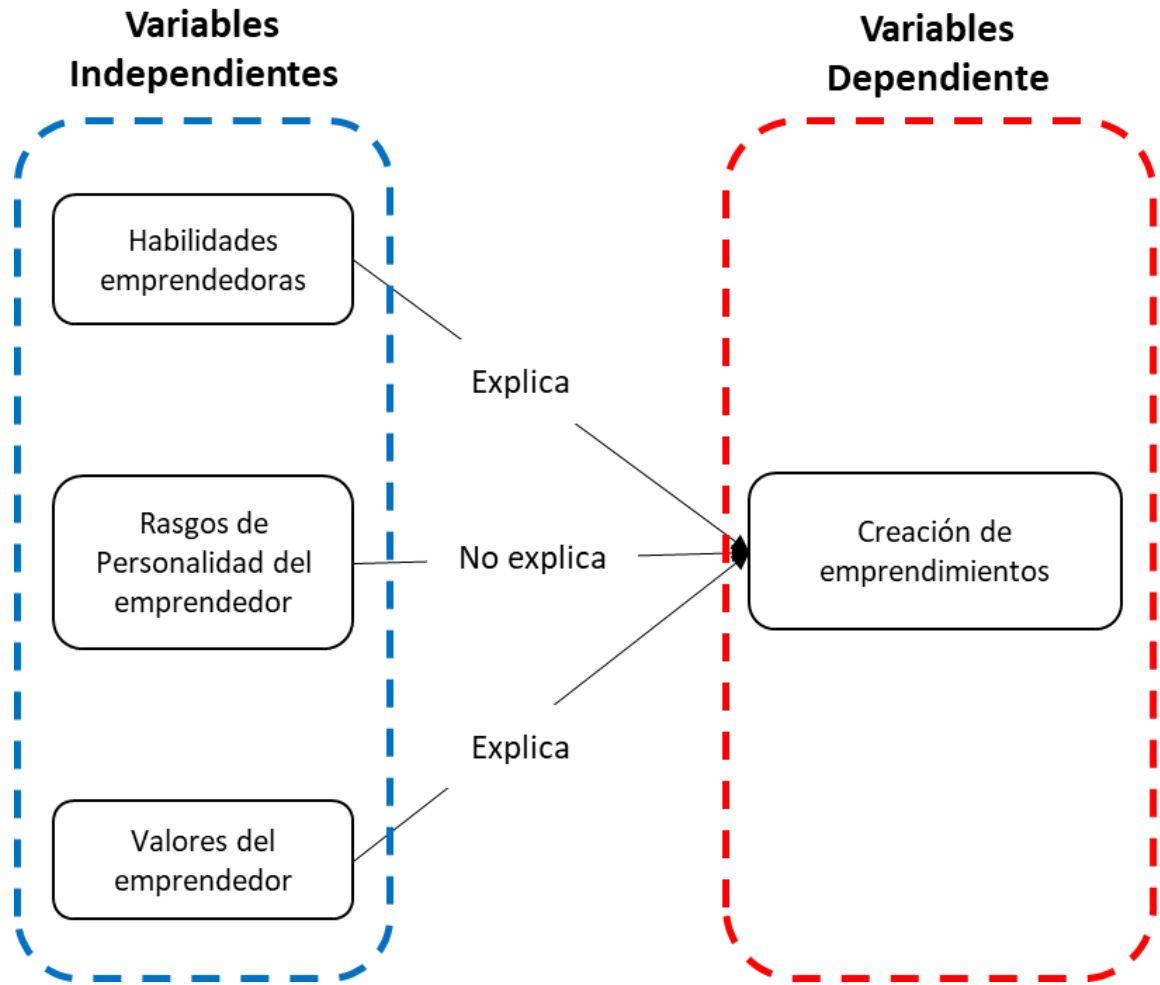
Tabla 22. Comprobación de las hipótesis de investigación

Hipótesis	Significancia	Decisión
H1. Las habilidades emprendedoras del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos de Lima.	P-valor = 0.000	Se acepta
H2. Los rasgos de personalidad del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos de Lima.	P-valor =0.604	Se rechaza
H3. Los valores del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos de Lima.	P-valor = 0.000	Se acepta

Fuente: Elaboración propia

Basándonos en los resultados mostrados en la tabla 22, se elaboró un modelo gráfico (Figura 4) para mostrar las hipótesis apoyadas con los resultados del análisis estadístico realizado.

Figura 4. Modelo de hipótesis apoyadas en la investigación



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo contiene los apartados finales de la investigación. Se presentan las conclusiones basadas en los resultados estadísticos obtenidos, las implicaciones teóricas y prácticas del estudio, es decir, las aportaciones y hallazgos de la investigación, así como la mención de las limitaciones que se encontraron en el desarrollo investigativo, finalizando con las recomendaciones a la práctica y la definición de las líneas futuras de investigación.

Cabe recalcar que a través del desarrollo de la presente investigación se logró cumplir con el objetivo general del estudio, el cual fue analizar los factores clave del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú. De esta manera, se podría identificar y potenciar las principales cualidades a desarrollar en el emprendedor que le permitan generar y sostener sus emprendimientos.

Con la presente investigación se logró cumplir con los objetivos metodológicos involucrados ya que se hizo el análisis de los antecedentes del problema de investigación, la revisión teórica de las variables del estudio, la elaboración y validación minuciosa del instrumento de medición y la aplicación de dicho instrumento en la muestra de estudio estimada.

También se consideró como parte del proceso metodológico el análisis de los datos recabados con el apoyo de una técnica estadística confiable y pertinente conforme al modelo de investigación, lo cual permitió mostrar los resultados y establecer teorías bajo el contexto de las universidades privadas y en particular en las escuelas de Administración, Marketing y Negocios Internacionales e Ingeniería de la USMP y también en la unidad de Posgrado.

Al inicio del planteamiento de la problemática que dio origen al presente trabajo, se indica la pregunta central de investigación, la cual se logra contestar a

partir de los resultados del análisis de los datos recabados durante el trabajo de campo. La pregunta fue la siguiente: ¿Qué factores clave del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú?

La respuesta encontrada bajo el contexto de la presente investigación indica que: las habilidades emprendedoras como el liderazgo transformacional y las habilidades de comunicación, y, los valores del emprendedor inciden favorablemente en la creación de emprendimientos. En adición a estos hallazgos, los resultados permiten también establecer que los rasgos de la personalidad del emprendedor no tienen un impacto positivo en la creación de emprendimientos.

Esta conclusión, a pesar de contrastar completamente con la teoría revisada, se basa en un minucioso análisis de los datos recopilados mediante un instrumento con altos índices de confiabilidad, los cuales se mostraron en el tercer capítulo. Además, el cumplimiento de los objetivos metodológicos definidos para el desarrollo del estudio logra validar todo el proceso investigativo realizado.

Implicaciones teóricas.

Considerando las principales investigaciones y sus resultados pasaremos a indicar que:

La primera hipótesis de investigación (H1) involucra la variable Habilidades emprendedoras y los resultados indican que dicha hipótesis se acepta, puesto que dicha variable y sus dimensiones (Liderazgo transformacional y habilidades de comunicación) impactan positivamente en la creación de emprendimientos. Cabe recalcar que Chatterjee & Das (2016) consideran esta variable como una de las más importantes para la creación y el éxito en los negocios, y, en particular en los emprendimientos. De manera similar ocurre con Carreta et al (2011) que consideran a la habilidad de comunicación como uno de los 3 aspectos que debe tomar en cuenta el estudiante para ser emprendedor. Finalmente, en Carrera et al (2016)

también se considera al Liderazgo, pero como uno de los principales valores del emprendedor, más no como una de las habilidades.

La segunda hipótesis de investigación (H2) involucra la variable rasgos de personalidad del emprendedor y los resultados indican que dicha hipótesis se rechaza, puesto que dicha variable y en particular 2 de sus 4 dimensiones, como son la proactividad y la creatividad, no impactan positivamente en la creación de emprendimientos. Con respecto a esto, cabe recalcar que las dimensiones de locus de control interno y la propensión al riesgo si impactan positivamente en la creación de emprendimientos, pero dada la naturaleza del constructo, el cual consta de 4 dimensiones, no se acepta la hipótesis.

Es pertinente mencionar, que dicho resultado difiere de los obtenidos en las investigaciones de Luca y Robu (2016), Carrera et al (2016) y Çolakoğlua y Gözükarab (2016). Esto podría explicarse, dado que la mayoría de los estudios que enfatizan los factores psicológicos han sido muy cuestionados en el terreno académico, porque tienden a subordinar las actividades económicas como una función de la personalidad de los actores, rebajando el papel que juega el entorno socioeconómico en la formación de la empresariedad. (Carrera et al 2012). Es decir, que los rasgos de la personalidad del emprendedor por si solos no son determinantes en la creación de emprendimientos, pero si elementos funcionales que podrían alentar a los estudiantes para aprender a desarrollar una actitud emprendedora, como lo mencionan Bonnett y Furnham (1991).

La tercera hipótesis de investigación (H3) involucra la variable Valores del emprendedor y los resultados indican que dicha hipótesis se acepta, puesto que dicha variable y las dimensiones que la conforman (honestidad, respeto propio, respeto por los demás, espíritu de equipo, solidaridad, tenacidad y sentido de responsabilidad) impactan positivamente en la creación de emprendimientos. Cabe recalcar que Tomczyk, Lee y Winslow (2013) y Carrera et al (2016), consideran esta

variable como una de las más importantes para la creación y el éxito en los negocios, y, en particular en los emprendimientos.

Implicaciones prácticas.

Como se presentó anteriormente, de las 3 hipótesis específicas señaladas desde el segundo capítulo, solamente 2 se lograron comprobar. Bajo la estrategia metodológica implementada para el desarrollo de la investigación, se puede definir que las habilidades emprendedoras y los valores del emprendedor son aspectos que determinan la creación de emprendimientos.

Por otro lado, los rasgos de personalidad del emprendedor, a pesar de no tener un impacto significativo en la creación de emprendimientos, se puede inferir que no forma parte de las cuestiones importantes -del estudiante emprendedor- para crear un negocio, al menos no en todas las dimensiones estudiadas, pero se sugiere indagar sobre dicha variable y sus dimensiones, con el fin de profundizar en las mismas y cómo estas podrían contribuir de manera significativa en la creación de emprendimientos.

Luego de revisar ambos tipos de implicancias, podemos inferir que el contar con habilidades emprendedoras y valores del emprendedor, favorecen la creación de emprendimientos, y, que los rasgos de personalidad -solos- no son un factor determinante para la creación de emprendimientos. Lo que nos podría llevar a sugerir a los responsables de las áreas de calidad educativa y a los docentes de las distintas casas de estudio, a enfocarse en desarrollar de manera más profunda y consciente dichas habilidades y valores, y, como mencionan Bonnett y Furnham (1991), en promover y desarrollar los principales rasgos de la personalidad del emprendedor considerados en la presente investigación, a través de situaciones alentadoras que ayuden a los individuos a percibir la relación entre su esfuerzo, la realización de la tarea y el resultado de esta realización. Por tanto, se podría “aprender” a desarrollar una actitud emprendedora.

Limitaciones de la investigación.

Una limitación de la investigación fue que la cantidad de personas que respondieron que eran dueñas de un negocio solo fue el 22% del total de 1,124 encuestados y eso sí pudo haber influido en que la variable rasgos del emprendedor no haya salido significativa como factor que favorece a la creación de emprendimientos, en comparación a las otras 2 variables independientes que si fueron significativas.

Recomendaciones

Los hallazgos de este estudio muestran los factores clave del emprendedor que indican en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima en el Perú, sin embargo, son aspectos que tienen todavía mucho qué explorar. Principalmente los rasgos de personalidad del emprendedor, que, con base a los resultados, no fueron significativos y tampoco alineados a los resultados de las investigaciones citadas en las conclusiones.

En futuras investigaciones se podría ampliar y profundizar el estudio de dichos rasgos de personalidad del emprendedor, con la finalidad de lograr una mayor comprensión de estos, e identificar su utilidad para motivar su aprendizaje y desarrollo en el emprendedor.

Otro aporte por considerar sería el poder abordar no solo los factores clave para la creación de emprendimientos, sino también los factores clave del emprendedor que favorezcan la capacidad de sobrevivencia de las empresas. Además, de evaluar el rol de los factores del entorno, en particular, los presentes en el contexto de pandemia y post pandemia.

Finalmente, se sugiere también el mismo tratamiento para las variables que si fueron significativas y así incidir en las mismas, no solo enfocadas en la creación

de emprendimientos, sino también en poder lograr que estos sean sostenibles en el tiempo.

REFERENCIAS

- Adejimola, A.S. (2008). Language, communication and information flow in entrepreneurship. *African Journal of Business Management*, 2(10), 201–208.
- Aerts, K.; P. Matthyssens y K. Vandenbempt (2007). “Critical role and screening practices of European business incubators”, en *Technovation* 27, 254–267.
- Aernoudt, R. (2004). “Incubators: Tool for Entrepreneurship”, en *Small Business Economics*, 23, 127–135.
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores, Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Pearson. 241 p.
- Asamblea Nacional de Rectores (ANR), 1985- 2013; Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) - Unidad de Documentación e Información Universitaria, 2014 - 2017
- Arriaza, M. (2006). “Guía práctica de Análisis de Datos”. JUNTA DE ANDALUCIA. Instituto de Formación Agraria y Pesquera. Investigación Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Capítulo 9.
- Asociación de Emprendedores del Perú - asepe
- Barringer, B.R.; F.F. Jones y D.O. Neubaum (2005). “A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders”, en *Journal of Business Venturing*, 20(5), 663–687.
- Bateman, T. S., Crant, M. J. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates summary. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-119.
- Baum, J.R. (1995). The relation of traits, competencies, motivation, strategy, and structure to venture growth. Paper presented at the Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA.
- Baumol, W.J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *American Economic Review*, 58 (1968), pp. 64-71
- Baumol, W.J. (1993). *The Entrepreneur in Economic Theory*. MIT Press, Boston (1993)
- Betancourt Guerrero Benjamin (2004) *Cuadernos de Administración 32: La*

capacidad emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas, (p107), Universidad del Valle, julio-diciembre, Colombia, 2004

Binks, M. & Vale, P. (1990). *Entrepreneurship and economic change*. Londres: McGraw-Hill

Bonnett, C. y Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478

Bravo, S. (2013) "Análisis de las características de un emprendedor en proceso de incubación y no incubados." *Revista Sotavento MBA*, January-June 2013, p. 40+. Informe Académico, Colombia,

Braudel, F. (1985). *Les dynamiques du capitalisme*. Paris: Arthaud

Boone, Ch., De Brabander, B. y Hellemans, J. (2000). CEO Locus of Control and Small Firm Performance. (chief executive officer) *Organization Studies*, 21(3), 641-654.

Bull, I. y G.E. Willard. (1993) "Towards a theory of entrepreneurship", en *Journal of Business Venturing*, 8, 183-195.

Caballo, V. (2007). *Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. Madrid, España: Siglo XXI Editores.

Calderón, Y., Espinosa, M. (2019) *Emprendimiento femenino en México: factores relevantes para su creación y permanencia*, Universidad de Nariño, *Revista Tendencias*, vol.20 no.2 Pasto July/Dec. 2019, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, ISSN 0124-8693

Cano Flores M., Hernández Rodríguez C., Arano Chávez R. (2017) *El emprendimiento mediante el desarrollo y la innovación empresarial y su impacto en la competitividad de las organizaciones*, Universidad Veracruzana, *novaRua revista universitaria de administración* ISSN: 2007-4042

Carrera, M., Escobedo, E., Cruz, S., Gómez, R., Hernández, Y. y Villarreal, L. (2011). *Desarrollo de habilidades empresariales*. Monterrey, México: LA&GO Ediciones

Carrera, M. (2012). *Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey*,

Afiliadas a la CAINTRA. Facultad de Contaduría Pública y Administración, Monterrey, N.L., México,

Carrera, M., Partida, A., Villarreal, L., (2012), *Análisis de las motivaciones, factores de éxito y obstáculos al espíritu empresarial: estudio comparativo entre México, EEUU y Turquía*, Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, San Nicolás de los Garza, N.L., México.

Carrera, M., Partida, A., Villarreal, L., Cantu, A. (2021). Actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios de Instituciones de Educación Superior (IES), en México. *InnOvaciOnes de NegOciOs* 18(35):© 2021 UANL, Impreso en México (ISSN: 2007-1191)

Casson, M. (2009) *Entrepreneurship: theory, institutions and history*.

Casson, M. (1982). *The entrepreneurs: an economic theory*. Barnes and Noble, Nueva York.

Chandler G. N. & Hanks S. H. (1994). "Founder Competence, The environment, and venture Performance". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 77-89.

Chandler, G.N., & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223–236.

Chatterjee, N., & Das, N. (2016). A Study on the Impact of Key Entrepreneurial Skills on Business Success of Indian Micro-entrepreneurs: A Case of Jharkhand Region. *Global Business Review*, 17(1), 226–237. doi:10.1177/0972150915610729

Chell, E. (2008). *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction* (2nd ed.). London: Routledge.

Chen, Grene y Crick (1998). "Does Entrepreneurial self – efficacy distinguish entrepreneurs from managers", en *Journal of Business Venturing* , 13, 295–316.

Combs y Slaby. (1977). *Social-Skills Training with Children*. En B.B. Lahey et. al. *Advances in clinical Child Psychology*. New York: Plenum Press, 1977.

Danes, S. M., Lee, J., Stafford, K., and Heck, R. K. Z. (2008), *The Effects of Ethnicity, Families and Culture on Entrepreneurial Experience: An Extension of Sustainable Family Business Theory*. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(3): 229 68.

Davidsson, P. (1989): *Continued entrepreneurship and small firm business*.

Stockholm: Stockholm School of Economics.

Davidsson, P. (1991) "Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth", en *Journal of Business Venturing*, 6, 405-429.

De la Garza Carranza, M. T., Zavala Berbena, M. A., & López Lemus, J. A. (2017). Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional. *Universidad & Empresa*, 19(33), 53-74. Doi:

<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.uosario.edu.co/empresa/a.4811>

Diario El Comercio (2020), recabado de: <https://elcomercio.pe/noticias/negocio>,
<https://elcomercio.pe/economia/peru-ocupa-cuarto-lugar-emprendimientolatinoamerica-1-422604>

Diario Gestión, (2018), recabado de: <https://gestion.pe/economia/peru-pais-mayor-espiritu-emprededor-america-latina-quinto-mundo-237414-noticia/>

Diario Gestión (2017), recabado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/peru-ocupa-cuarto-lugar-emprendimiento-latinoamerica-132566-noticia/>

Diario Gestión (2016) <http://blogs.gestion.pe/innovar-o-ser-cambiado/2016/09/emprendimiento-innovacion-peru.html>
<http://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-2141346>

Eisenhardt, K. M., & Schoonhoven, C. B. (1990). Organizational growth: linking founding team, strategy, environment, and growth among us semiconductor ventures, 1978-1988. *Administrative Science Quarterly*, 504-529.

El Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración – CLADEA: Innovación y Emprendimiento a la luz del Contexto Latinoamericano. Guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación, 2014 *Entrepreneurship Theory and Practice*, May 2013, 479-504

Eysenck, H.J. y Eysenck, S.B.G. (1994). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire*. California: EdITS/Educational and Industrial Testing Service

Fombrun, C., Gardberg, N., & Sever, J. (2000). The reputation quotient sm: a multi stakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management*, 7(4), 241-255. Doi: 10.1057/bm.2000.10

Fuentes García Fernando J. y Sánchez Cañizares Sandra M., *Análisis del perfil*

emprendedor: una perspectiva de género, Departamento de Estadística, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada, Universidad De Córdoba, España, 2010

Garravant, F. y O´Cinneide, L. (1994). “Entrepreneurship Education and Training Programmes: A Review ND Evaluating”. Part I. *Journal of European Industrial Training*. 18. 4. Pp (3-12).

Gispert, (2000). *Enciclopedia de la Pequeña y Mediana Empresa*. Ediciones Océano. Venezuela.

Global Entrepreneurship Monitor – Perú 2015 – 2016, Serida, Alzamora,

González González, Jorge A., López Preciado, Carlos Daniel, “El emprendimiento en los sistemas universitarios. El Tecnológico de Monterrey” *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva*, N° 4 / 2012. Banco de Desarrollo de América Latina

González-Rodríguez, M.R., Díaz-Fernández, M.C. and Simonetti, B. (2015), “The social, economic and environmental dimensions of corporate social responsibility: the role played by consumers and potential entrepreneurs”, *International Business Review*, Vol. 24 No. 5, pp. 836-848.

Guerrero, Borda y Morales. UNIVERSIDAD ESAN – CDE. 2016

Gutiérrez Tapias, M. y García Cué, J. L., (2014), Talento emprendedor, inteligencia, creatividad, y, sistema educativo, ISSN 0213-8646, *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 80 (28.2) (2014), 95-110

Gutiérrez, A. M. & Amador M. E. (2011). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos Perú y Guadalajara de México- Centros Universitarios de los Altos- Análisis comparativo. *QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 19(36), 28-37.

Heck, R. K. Z. and Trent, E. S. (1999), The Prevalence of Family Business from a Household Sample. *Family Business Review*, 12(3): 209–24

Heck, R. K. Z., Danes, S. M., Fitzgerald, M. A., Haynes, G. W., Jasper, C. R., Schrank, H. L., Stafford, K., and Winter, M. (2006), The Family’s Dynamic Role within Family Business Entrepreneurship. In P. Z. Poutziouris, K. X. Smyrniotis, and S. B. Klein (eds.) (pp. 80–105) *Handbook of Research on Family Business*.

Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishers

Hernández, C. & Arano, R. (2012). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios, *Ciencia Administrativa*, 1, 28-37

Herrera, E. & Burgoa, T. (2013). La importancia del perfil vocacional en la visión del estudiante universitario: Caso de estudio en facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León, UANL, *International Journal of Good Conscience*, 8(2) 23-47

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA DE PERU.

Compendio estadístico Perú 2019, recabado de:
https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1690/COMPENDIO2019.html.

Ireland, R., Reutzel, C., & Webb, J. (2005). Entrepreneurship Research in AMJ: What Has Been Published, and What Might the Future Hold? *Ours. Academic of Management Journal*, 14(4), 556-564.

Izar, J., Ynzunza, C. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contad. Adm vol.66 no.1 Ciudad de México ene./mar. 2021 Epub 11-Oct-2021. ISSN 0186-1042.*

Izquierdo, E., Deschoolmeester, D., Valcke, M., & Salazar, D. (2005). What makes the difference among university alumni on the intention to new venture creation? Implications for public policy, 35th EISB Conference, September 12–14, 2005, Barcelona, Spain.

Jaén, I., Fernández-Serrano, J., & Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de Economía Mundial*, 35, 35-52

Jaramillo Villanueva, J. L., Escobedo Garrido, J. S., Morales Jiménez J., Ramos Castro, J. G., (2012), Perfil Emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México, *Entramado Vol. 8, N°1, 2012 (Enero-Junio)*, 45-57.

Jaworski, B., & Kohli, A. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 53(3), 53-70.

Jong, J.P.J., & Hartog, D.N.D. (2007). How leaders influence employees' innovative behavior. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64

Kangis, P., y Williams, D. (2000). Organizational Climate and corporate performance: an empirical investigation. *Management Decision*, 38 (8), 531-540 (<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0971890715585202>)

Kantor, J. (1988). Can entrepreneurship: Be taught? A Canadian experiment. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 5, 12–19.

Kjellman, A. y M. Ehrsten. (2005) "A theory of homo entrepreneurus, the emergence of entrepreneurial Economics Research on Technological Innovation", en *Management and Policy*, 9, 211-232.

Knight, 1921. F.H. Knight. Enterprise and profit. En *Risk, uncertainty and profit* University of Chicago, Chicago (1921), pp. 264-290. Cap. IX

Lederman, D, Messina J., Pienknagura S. y Rigolini J. “*El emprendimiento en América Latina - Muchas empresas y poca innovación*” 2014, Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe

Levenson, H. (1981). Differentiating among internality, powerful others, and chance. In H. Lefcourt (Ed.), *Research with the locus of control construct* (pp. 15–63). New York: Academic Press

Lester, B. (2000). Curso McGraw.Hill de Management eb 36 horas. Editorial McGrawHillInc. España.

Luca, M. R., Cazan, A.-M. (2011). Involvement in entrepreneurial training and personality. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 30, 1251-1256

Luca, M.R. y Robu A., (2016), Personality traits in entrepreneurs and self-employed, *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Special Issue Series VII: Social Sciences • Law • Vol. 9 (58) No. 2 – 2016*

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. (Ostgaard y Birley, 1994)

Maier, N. (1965). *Psychology in industry* (3rd ed., pp. 161–183). Boston, MA: Houghton Mifflin Co.

Markman, G.D. (2007). Entrepreneurs’ competencies. In J.R. Baum, M. Frese & R.A. Baron (Eds), *The psychology of entrepreneurship* (pp. 67–92). London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand, Reinholdt.
- Meglino, B. M., and E. C. Ravlin (1998). "Individual Values in Organizations: Concepts, Controversies, and Research," *Journal of Management* 24, 351–389.
- Minitti M. (2014) *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data*
- Montagno, R.V., Kuratko, D.F., & Scarcella, J.H. (1986). Perception of entrepreneurial success characteristics. *American Journal of Small Business*, 10, 25–32.
- Onsteck, J. (2003). "Entrepreneurship and Vocational Education". *European educational Research Journal*, 2, 74-89.
- Ostgaard, T. A., & Birley, S. (1994). Personal networks and firm competitive strategy: a strategic or coincidental match? *Journal of Business Venturing*, 9(4), 281-305
- Pérez Palacios, Emma – "¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento?", UNMSM, 2010.
- Pérez y Otros (2001). *Paradigmas del Liderazgo. Claves de la Dirección de Personas*. Editorial MC Graw Hill Interamericana Editores, S.A. España.
- Perú Global Projects – recabado de: www.peruglobalprojects.pe
- Pouchol M., Luis. *El Perfil de los Emprendedores. Capítulo 10 del libro Creación de Empresa: Los Mejores Textos por José Carlos Amal*. 2003.
- Progress Choongo, Leo Jasper Paas, Enno Masurel, Elco van Burg, John Lungu (2018) Entrepreneurs' personal values and CSR orientations: evidence from SMEs in Zambia, *Journal of Small Business and Enterprise Development*
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. *The Psychology of Entrepreneurship*, 41-65.
- Robbins, S. y D. De Cenzo. (1996) *Fundamentos de Administración: Conceptos y Aplicaciones*. México: Prentice hall Hispanoamericana.
- Robinson, D; Díaz-Carrión, I; & Cruz, S. (2019). "Empoderamiento de la mujer rural e indígena en México a través de grupos productivos y microempresas

sociales”. En: RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, vol. 9, no 17, Pp.91-108 <https://10.17163/ret.n17.2019.06>

Rogoff, E. G. and Heck, R. K. Z. (2003), *Evolving Research in Entrepreneurship and Family Business: Recognizing Family as the Oxygen that Feeds the Fire of Entrepreneurship*. *Journal of Business Venturing*, 18(5): 559–66.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.

Rokeach, M., and S. J. Ball-Rokeach (1989). “Stability and Change in American Values, 1969–1981,” *American Psychologist* 44, 775–784.

Sagie, A. y Elizur, D. (1999). "Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis", en *Journal of Organizational Behavior* J, 20, 375-387. 1999

Sammie, S., & Root, K. (1992). The influence of global marketing standardization on performance. *Journal of Marketing*, 56(2), 1-17.

Samuelson, Paul A. *Curso de Economía Moderna* Aguilar Ediciones España, 1980.

Schaper, Michael. (2005). *Making ecopreneurs: developing sustainable entrepreneurship*. Estados Unidos de América: Ashgate

Schnarch Kirberg, A. (2013) en el artículo *Creatividad, innovación y marketing: claves del éxito emprendedor*, *CPMark - Caderno Profissional de Marketing*. 1.1 (Apr. 2013): p64+.

Schwartz, S.H. (1992), “Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries”, *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 25 No. 1, pp. 1-65

Schwartz, S.H. and Bardi, A. (2001), “Values hierarchies across cultures taking a similarities perspective”, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 32 No. 3, pp. 268-290

Siltaoja, M.E. (2006), “Value priorities as combining core factors between CSR and reputation – a qualitative study”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 68 No. 1, pp. 91-111.

- Silva, O. (2006). The jack-of-all-trades entrepreneur: Innate talent or acquired skill? Retrieved 30 January 2013, recabado de: <http://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/33699/1/516439898.pdf>
- Slevin, D. P., & Covin, J. G. (1990). New venture strategic posture, structure, a performance: an industry life cycle analysis. *Journal of Business Venturing*, 5(2), 123-135.
- Stafford, K., Duncan, K. A., Danes, S. M., and Winter, M. (1999), A Research Model of Sustainable Family Businesses. *Family Business Review*, 12(3): 197–208.
- Steinwascher Sacio, William Henry, Formas estratégicas del emprendimiento, emprendimientototal.wordpress.com, 2012
- Stuart, R., & Abetti, P. A. (1987). Start-up ventures: towards the prediction of initial success. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215-230
- Surdes, E., Aguilar, N. (2013). La actividad empresarial y el perfil femenino: Mujeres, su participación económica en la sociedad. Cd. México. Editorial Universitaria.
- Tang, J. (2008). Environmental munificence for entrepreneurs: entrepreneurial alertness and commitment (Department of Management, John Cook School of Business, Saint Louis University, St Louis, Missouri, USA
- Thurik, R, and Wennekers S. Entrepreneurship Small Bussines and Economic Growth. In: *Journal of Small Bussines and Enterprise Development*. Vol. 11, N°1 (2004); pp. 140-149.
- Tiessen, J. (1997). "Collectivism and entrepreneurship: a framework for international comparative research", en *Journal of Business Venturing*, 12, 367-3840. 1997.
- Tomczyk D., Lee, J. and Winslow, E. (2013) Entrepreneurs' Personal Values, Compensation, and High Growth Firm Performance, *Journal of Small Business Management* 2013, 51(1), pp. 66–82. doi: 10.1111/j.1540-627X.2012.00374.x
- Varela V., Rodrigo y LOZANO P., Melquicedec. *La Formación de una Cultura Empresarial, Proyecto CDEE -- Fundación Antonio Restrepo Barco. VIII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*. Cali. 1994.

Veciana V., José María. *Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica. Artículo publicado en la Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 1999, Volumen 8, Número 3; y publicado en el libro *Creación de Empresa: Los Mejores Textos* por José Carlos Arnal. Editorial Ariel, Barcelona, 2003.

Veciana, J.M. (1988): "Empresari i procés de creació d'empreses". *Revista Econòmica de Catalunya*, 8, mayo-agosto, 53-67.

Venkatraman, N. (1989). The concept of fit in strategy research: toward verbal and statistical correspondence. *Academy of Management Review*, 14(3), 423-444.

Wiklund, J.; H. Patzelt y D. Shepherd. (2009) "Building an integrative model of small business growth", en *Small Business Economics*, 32,351-374, USA.

Winterton, J. (2002). Entrepreneurship: Towards a competence framework for developing SME managers. *Proceedings of the United States Association for Small Business and Entrepreneurship*, pp. 128–136.

Woo, C.; A. Cooper y W. Dunkelberg. "The development and interpretation of entrepreneurial Typologird", en *Journal of Business Venturing*, 6, 93-1.140. 1991
Yukl, G., & Van Fleet, D. (1992). Theory and research on leadership in organizations. In M.D. Dunnette & L.M. Hough (Eds), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 148–197). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Zhao H., Seibert S. y Lumpkin G. (2009) "The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic", en *Review Journal of Management*, 36, 381-404.

ANEXOS

ANEXO 1.-ENCUESTA DE ESTA INVESTIGACIÓN
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
**FACTORES CLAVE DEL EMPRENDEDOR QUE FAVORECEN LA CREACIÓN
DE EMPRESAS**

Caso de estudio Universidad San Martín de Porres

El presente estudio forma parte de una tesis doctoral que tiene como finalidad conocer los factores clave que favorecen la creación de emprendimientos en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana. La presente encuesta está dirigida a estudiantes interesados en desarrollar un negocio, a quienes en algún momento lo tuvieron y a quienes en la actualidad vienen desarrollándolo. La información proporcionada, será de carácter estrictamente confidencial.

I.- INFORMACIÓN GENERAL.

1. Escriba su nombre y apellidos: _____
2. Indique su edad: _____
3. Género (marque con un aspa "x"):
Masculino _____
Femenino _____
4. Estado Civil (marque con un aspa "x"):
Soltero _____ Casado _____
Otro _____
5. Nivel académico (marque con un aspa "x"):
Carrera Técnica (actualmente cursando) _____ Carrera Técnica
(Culminada) _____
Pregrado para gente que trabaja (DPA, EPE, CPEL, etc.) _____
6. Carrera que cursa actualmente _____
7. Semestre: _____
8. ¿Ha recibido educación o capacitación orientada al emprendimiento dentro de la carrera que estudia?: SI _____ NO _____
9. ¿Ha recibido educación o capacitación orientada al emprendimiento fuera de la carrera que estudia? SI _____ NO _____

10. Si su respuesta fue SÍ en la pregunta 9 ¿Dónde se realizó dicha capacitación? (Si fue más de una considere la que fue más importante para usted).

Instituto Superior: _____ Otra Universidad: _____ ONG: _____

_____ Institución del Estado: _____

Otro: _____

11. En el caso que haya recibido la capacitación orientada al emprendimiento fuera de la carrera que estudia, esta fue: Pagada _____ Gratuita _____ Beca _____

12. Cuenta con experiencia laboral: SI _____ NO _____

13. Si cuenta con experiencia laboral, en promedio, de cuánto tiempo es la misma:

0 a 3 meses _____ 3 a 6 meses _____ 6 a 12 meses _____ 12 meses a más _____

14. Actualmente ¿Cuál es su situación laboral?

Desempleado _____ Autoempleo _____ Dueño de un negocio _____

Empleado a tiempo parcial _____ Empleado a tiempo completo _____

15. Si es dueño de negocio, ¿Cuenta con trabajadores? (marque solo una opción con un aspa "x"): Si cuento con trabajadores: _____ Solo yo: _____

16. El número de personas que trabaja en su negocio (además de usted) es: indique el # personas

a) 1 o 5 personas b) 6 a 10 personas c) 11 a 15 personas d) 16 a 20 personas e) 21 a más personas

17. Indique cuántos de sus trabajadores cuentan con los grados académicos que se muestra a continuación

Secundaria completa: _____ Técnico: _____ Pregrado: _____

Postgrado: _____

18. ¿Cuánto tiempo le tomó poner en marcha (INICIAR) su proyecto empresarial (actual negocio)?: Indicar # meses _____

19. El giro de su negocio está relacionado con: Manufactura: _____
 Comercio: _____ Servicios: _____ Construcción: _____
20. El origen del capital para iniciar su negocio fue (indique en los casos que corresponda el porcentaje para completar el 100%)
 _____ Personal _____ Ministerio _____ Caja Rural
 _____ Gobierno Regional _____ Familiar
 _____ Banco _____ Financiera _____ Gobierno Municipal
21. Su negocio propio actualmente viene operando en el mercado (Si aplica): SI
 ___ NO ___
22. Ante la coyuntura actual (Pandemia COVID 19), ¿Su negocio cambio de giro? SI ___ NO ___
23. El estado de su negocio es FORMAL___ INFORMAL _____
24. En caso de que su negocio se encuentre facturando (FORMAL) ¿Cuántos meses lo viene haciendo?: # meses _____
25. En caso haber respondido FORMAL, ¿Qué régimen tributario tiene?
 RUS___ RUC 10 ___ RUC 20 _____

PARTE II: De los siguientes items coloque una "X" en el cuadro que considere conveniente en base a alternativas de respuestas a continuación:

- 1: Totalmente en desacuerdo** **2: En desacuerdo** **3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo**
4: De acuerdo **5: Totalmente de acuerdo**

VARIABLE HABILIDADES EMPRENDEDORAS

ITEMS DIMENSION HABILIDAD DE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	1	2	3	4	5
V1IHL1 Soy capaz de explicar detalladamente los problemas que ocurren al grupo de personas con el que trabajo					
V1IHL2 Soy capaz de influir en las actitudes del grupo de personas con el que trabajo					
V1IHL3 Soy capaz de influir en las creencias del grupo de personas con el que trabajo					
V1IHL4 Soy capaz de motivar al grupo de personas con el que trabajo					
V1IHL5 Intento desarrollar el potencial del grupo de personas con las que trabajo					

V1IHL6 Soy capaz de motivar al grupo de personas con el que trabajo para lograr más de lo que les corresponde hacer					
--	--	--	--	--	--

ITEMS DIMENSION HABILIDAD DE COMUNICACIÓN	1	2	3	4	5
V1IHC1 Los resultados de mi negocio están directamente relacionados con la capacidad de comunicarme con los clientes					
V1IHC2 La capacidad de comunicarme con los proveedores, incide favorablemente en los resultados de mi negocio.					
V1IHC3 Al comunicarme con el grupo de personas con las que trabajo transmito lo que se requiere hacer					
V1IHC4 Escucho activamente las opiniones del grupo de personas con las que trabajo.					
V1IHC5 Tengo la habilidad de escuchar las sugerencias de mis clientes					

VARIABLE RASGOS PERSONALIDAD

ITEMS DIMENSION DE PROACTIVIDAD	1	2	3	4	5
V2IP1 Hago las cosas con mucha energía					
V2IP2 Constantemente busco oportunidades de negocio.					
V2IP3 Soy capaz de tomar decisiones rápidas					
V2IP4 Soy capaz de hacer que las cosas sucedan					
V2IP5 Soy capaz de trabajar muchas horas durante largos periodos.					
V2IP6 Tomo la iniciativa de actuar con determinación para prevenir el futuro.					

ITEMS DIMENSION DE LOCUS DE CONTROL INTERNO	1	2	3	4	5
V2ILDIC1 Los resultados de mi negocio se relacionan directamente con el tiempo que le dedico					
V2ILDIC2 Los resultados de mi negocio se relacionan directamente con las decisiones tomadas					
V2ILDIC3 Los resultados de mi negocio se relacionan directamente con la administración de los recursos financieros					
V2ILDIC4 Los resultados de mi negocio se relacionan directamente con la administración de los recursos humanos (personal).					
V2ILDIC5 Los resultados de mi negocio se relacionan directamente con la administración de los recursos materiales.					

ITEMS DIMENSION PROPENSION AL RIESGO	1	2	3	4	5
V2ILDPR1 Soy capaz de asumir riesgos constantemente					
V2ILDPR2 Tomo decisiones sin medir las posibles consecuencias o resultados.					
V2ILDPR3 Soy capaz de asumir riesgos sin considerar a fondo todas las consecuencias					
V2ILDPR4 Soy capaz de aceptar desafíos.					
V2ILDPR5 Soy capaz de tomar riesgos calculados.					

ITEMS DIMENSION CREATIVIDAD	1	2	3	4	5
V2ILDPC1 Creo nuevas ideas que satisfagan necesidades reales en el mercado					
V2ILDPC2 Busco la solución a problemas de maneras distintas					
V2ILDPC3 Soy capaz de aprovechar la información de mi entorno para crear productos y/o servicios originales.					
V2ILDPC4 Tomo parte de mi día en crear nuevas soluciones a los problemas de mis clientes					
V2ILDPC5 Tomo parte de mi día para poner en práctica nuevas soluciones a los problemas que ocurren en mi empresa					

VARIABLE VALORES DEL EMPRENDEDOR

De los siguientes items coloque una "X" en el cuadro que considere conveniente en base a alternativas de respuestas a continuación:

1: Nunca 2: Raramente 3: Ocasionalmente 4: Frecuentemente
5: Muy frecuentemente

ITEMS DIMENSIÓN VALORES	1	2	3	4	5
V3IV1 Usted se considera una persona honesta					
V3IV2 Con qué frecuencia usted practica el respeto propio.					
V3IV3 Con qué frecuencia usted practica el Respeto a los demas					
V3IV4 Con qué frecuencia usted practica el Espíritu de equipo					
V3IV5 ¿Usted practica la solidaridad?					
V3IV6 ¿Se considera una persona tenaz?					
V3IV7 ¿En sus acciones predomina el sentido de la responsabilidad?					

MATRIZ DE CONSISTENCIA

FACTORES CLAVE DEL EMPRENDEDOR QUE INCIDEN EN LA CREACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE LIMA, PERU			
Variables independientes			Variable Dependiente
Habilidades emprendedoras	Rasgos de Personalidad del emprendedor	Valores del emprendedor	Creación de emprendimientos (Variable dicotómica: SI o NO se creó el emprendimiento)
Dimensiones: Liderazgo transformacional y Habilidades de comunicación	Dimensiones: Proactividad, locus de control interno, propensión al riesgo y creatividad	Dimensiones: Honestidad, Respeto propio, Respeto a los demás, Espíritu de equipo, Solidaridad, Tenacidad y Sentido de responsabilidad	
Pregunta general de investigación	Objetivo general de investigación		Hipótesis general de investigación
¿Qué factores clave del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú?	Analizar los factores clave del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú		Los factores clave de Habilidades Emprendedoras, Rasgos de Personalidad y Valores inciden positivamente en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú.
Preguntas específicas de investigación	Objetivos específicos de investigación		Hipótesis específica de investigación
¿Qué habilidades emprendedoras del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú?	Analizar las habilidades emprendedoras del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú		Las habilidades emprendedoras del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú
¿Qué rasgos de personalidad del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú?	Analizar los rasgos de personalidad del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú		Los rasgos de personalidad del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú
¿Qué valores del emprendedor inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú?	Analizar los valores del emprendedor que inciden en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú		Los rasgos de personalidad del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú

		Los valores del emprendedor inciden positivamente en la creación de emprendimientos en la ciudad de Lima, Perú
--	--	--