



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL  
PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTÍNUA

**“MEDICIÓN DE LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA, EN  
LOS ALUMNOS DE PRIMER AÑO DE TÉCNICO  
UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN, DE LA  
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO, CHILLÁN”**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORA:**

**DORIS DEL ROSARIO NAVARRO PÉREZ**

Profesor Guía:

Cortez Bazo Enzo Benjamín

Chillán 2016



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Programas Especiales de Continuidad de Estudios

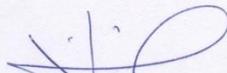
Chillán, marzo 30 del 2016.

### Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Técnico Universitario en Administración, denominada **"Medición de la autoeficacia emprendedora, en los alumnos de primer año del Técnico Universitario en Administración, de la Universidad del Bío Bío, Chillán"**, de la alumna Doris del Rosario Navarro Pérez.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Técnico Universitario en Administración y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6.3 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,

  
Enzo Benjamín Cortez Bazo  
Profesor Guía

  
Juan Carlos Yévenes Jara  
Profesor Informante

  
Constanza Olguín Gutiérrez  
Coordinadora

  
Alvaro Acuña Hormazábal  
Jefe de Carrera

CC. - Jefe de Carrera ICO  
- Alumno  
- Archivo

## Índice

### **Antecedentes Generales de la Investigación:**

#### **Plan de trabajo:**

Identificación	5
Objetivos generales y específicos	6
Justificación de la propuesta	7
Planteamiento del problema	8
Metodología	10
Diseño del estudio	10
Descripción de la Población	10
Marco Muestral	10

### **Capítulo I: Marco Teórico** **11**

Introducción	<b>11</b>
--------------	-----------

#### **1.1.- Autoeficacia emprendedora** **12**

1.1.1.- Definición de autoeficacia	13
------------------------------------	----

1.1.2.- Expectativas de emprendimiento	15
--	----

1.1.3.- Motivos para emprender	16
--------------------------------	----

1.1.4.- Capacidades personales	16
--------------------------------	----

1.1.5.- Las iniciativas	17
-------------------------	----

#### **1.2.- La Educación en Chile** **18**

1.3.- Emprendimiento y educación	19
----------------------------------	----

### **Capítulo II: Antecedentes De La Universidad del Bío-Bío** **20**

2.1.- Universidad del Bío-Bío	20
-------------------------------	----

2.1.1.- Lineamiento estratégico de U. del Bío-Bío.	20
--	----

2.1.2.- Perfil del Alumno	21
---------------------------	----

<b><u>Capítulo III: Metodología</u></b>	<b>22</b>
3.1.- Hipótesis	22
3.2.- Declaración del problema	22
3.3.- Limitaciones	22
3.4.- Delimitaciones	22
3.5.- Sujeto del estudio	23
3.6.- Supuestos	24
3.7.- Medición	24
3.8.- Resultados que ha obtenido esta encuesta	26
3.9.- Discusión	28
3.10.-lo que se desea medir	29
<b><u>Capítulo IV: Resultados de la investigación</u></b>	<b>52</b>
4.1.- Recolección de la Información	52
4.1.1.- Tabla I área del conocimiento	52
4.2.- Datos estadísticos	53
4.3.- Análisis de las sub escalas	54
4.4.-Conclusion	56

## **Anexos**

## IDENTIFICACIÓN DEL ALUMNO

**NOMBRE** : DORIS DEL ROSARIO NAVARRO PÉREZ

**DIRECCIÓN** : FRANCISCO BILBAO 197, SAN CARLOS

**TELÉFONO** : 966884035

**E-MAIL** : dona\_197@hotmail.com

**CARRERA** : Tec. En Administración de Empresas

**DEPTO.** : Ciencias Empresariales

## **Antecedentes Generales del Problema**

### **Objetivo General**

Analizar la autoeficacia emprendedora de los estudiantes TUA de primer año del departamento de Gestión de Empresas de Chillan.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar las dimensiones tales como: desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado; construir un entorno innovador; iniciar relaciones con inversores; definir el objetivo central del negocio; afrontar cambios inesperados y desarrollar los recursos humanos clave.
  
- ✓ Medir la autoeficacia emprendedora a través de la encuesta adaptada (Entrepreneurial Self-Efficacy, ESE), para validar las dimensiones de la escala realizada por los profesores Alex De Noble, Don Jung y Sanford Ehrlich (1999), en la universidad *San Diego State University*.
  
- ✓ Comprobar las hipótesis planteadas en la investigación con el objeto de identificar si los estudiantes poseen o no autoeficacia emprendedora.

## **Justificación de la propuesta**

El emprendimiento empresarial y social es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza y el mejoramiento de la calidad de vida, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Para desarrollar el emprendimiento es necesario tener una formación integral en aspectos y valores, igualmente es importante fortalecer procesos de trabajo asociativo y en equipo, en torno a proyectos productivos con responsabilidad empresarial y social.

El emprendimiento hace que las personas decidan lanzarse a aventurar con sus lluvias de ideas, sus proyectos o sus propios negocios; es evidente que el camino es difícil pero se debe estar dispuesto a asumir una serie de responsabilidades y riesgos con el propósito de crear una empresa que genere recursos y empleo. Una de las características que hace sobresalir a un emprendedor es su capacidad de liderazgo, pues quien es un emprendedor es un líder, ya que ve oportunidades donde otros no ven nada, aprovecha sus potencialidades, entiende a quienes dirige, se compromete y mantiene el control.

Lo expuesto anteriormente evidencia la importancia y necesidad de fortalecer las características que permiten desarrollar una cultura del emprendimiento, para lo cual se considera pertinente ofrecer a los estudiantes universitarios dentro de las asignaturas una aplicabilidad de las cátedras en función del emprendimiento con lo cual se logre fomentar, motivar y animar su espíritu emprendedor para alcanzar desarrollo sostenible en la sociedad.

“Todos podemos ser emprendedores exitosos como estudiantes, trabajadores o empresarios. El futuro pertenece a los jóvenes y a su imaginación, porque impregnan a las acciones que hacen emociones, pasiones, osadía, inventiva.

Desean innovar y cambiarlo todo. Si los jóvenes son el futuro del país, se requiere que ese futuro esté dirigido por jóvenes que tengan un espíritu emprendedor, que favorezca el crecimiento empresarial y la competitividad. El espíritu emprendedor es el gran impulso que nos ayuda a conseguir lo que nos proponemos.” (Ministerio del Trabajo y Promoción de Empleo, Fondo para el logro de los ODM, 2009. Pag. 8)

## **Planteamiento del Problema**

En las principales Universidades en Chile del área de las ciencias económicas y administrativas el perfil de ingreso se detalla de la siguiente manera:

- Carrera dirigida a jóvenes interesados en los conocimientos humanísticos y científicos y con profunda capacidad de reflexión y análisis, y motivados por los fenómenos micro y macro económicos y en los problemas asociados a la asignación de recursos en la economía y la sociedad, o por los fenómenos propios de la gestión y dirección de empresas y organizaciones, en sus diferentes áreas, incluyendo las finanzas, la comercialización y el manejo de recursos humanos. (Universidad de Chile, 2014)
- El objetivo principal del programa de pregrado de Ingeniería Comercial es preparar a estudiantes con alto potencial intelectual, para lograr un desempeño superior en un mundo profesional de rápida evolución y gran competitividad. (Universidad Católica, 2014)
- La carrera está orientada a formar un profesional universitario con formación científica y técnica en las áreas de Economía y Administración de Empresas que lo potencia en el ejercicio profesional y académico al más alto nivel de excelencia, acreditado por el título de Ingeniero Comercial y el

Grado de Licenciado en Ciencias Económicas o Ciencias de la Administración de Empresas. Su rigurosa formación académica constituye la base para llegar a ser creador de conocimientos científicos, innovador, emprendedor y con visión de futuro. (Universidad de Concepción, 2014)

- Debes tener motivación en el aprendizaje, gusto por los desafíos y una buena disposición para desarrollar un conjunto de habilidades personales necesarias y enfrentar un mundo globalizado y marcado por una fuerte competencia.” (Universidad del Bío Bío, 2014)

Con este fin, la docencia enfatiza el desarrollo de capacidades de análisis, el sentido crítico, y la toma de decisiones, además de entregar los conocimientos y herramientas necesarios para enfrentar con éxito las situaciones y cambios en la vida profesional.

Según la problemática surge la interrogante:

- ¿Tendrán los alumnos de primer año capacidades emprendedoras al salir del Técnico en Administración de empresas?

Esta respuesta, no será dada en esta tesis ya que aún le faltan al alumno dos años para completar su formación técnica, por lo que queda abierta la interrogante para una futura investigación.

## **METODOLOGIA**

### ***Diseño de Estudio***

La presente investigación es de tipo cuantitativo y pretende descubrir si los estudiantes de primer año del área de ciencias empresariales poseen las características para ser emprendedores, por cuanto, el centro de estudios entrega las herramientas y los conocimientos en el transcurso de su formación profesional para complementar la autoeficacia emprendedora del alumno.

### ***Descripción de la población***

La población en estudio encuestado corresponde 41 alumnos de educación continua programa Técnico en Administración de Empresas Chillán de la UBB.

### ***Marco Muestral***

Lo constituye el programa de educación continua Técnico en Administración de Empresas Chillan de la UBB.

## **Capítulo I: Marco Teórico**

### **Introducción**

En Chile y también en el mundo los esfuerzos están dirigidos, quizás ya no tanto a inventar, sino, a mejorar lo que ya existe; todos podemos emprender, los emprendedores nacen pero también se hacen.

En el mundo del siglo XXI, el desarrollo y avance de los países ya no depende de las riquezas naturales que ellos poseen, sino de las capacidades y habilidades de las y los ciudadanos para aportar a dicho desarrollo. A su vez, lo anterior depende estrechamente de la capacidad de las sociedades para dar a todos y todas sus integrantes las oportunidades de llevar a cabo sus proyectos de vida, desarrollar al máximo sus potencialidades y aportar al bien común y al crecimiento social, cultural y económico del conjunto.

En un mundo globalizado y cosmopolita, abierto, dinámico y también competitivo, las naciones se juegan su futuro en las capacidades que posean las personas para reflexionar y plantear soluciones a los problemas locales y globales, para generar y aplicar conocimiento, para desarrollar o adaptar tecnología, para buscar nuevas respuestas frente a sus preocupaciones, para generar y promover ideas, proyectarse al futuro desde su historia y su identidad.

Para todo ello, la pieza clave es la educación. Una educación entendida no sólo como un mecanismo de transmisión de conocimientos o como un mero entrenamiento para el trabajo, sino como un proceso de socialización y formación de personas integrales, de ciudadanos y ciudadanas conscientes, críticos y comprometidos con su entorno y sociedad.

## 1.1.- Autoeficacia Emprendedora

El término autoeficacia emprendedora es utilizada en distintos ámbitos esta inserto en nuestro día a día, la internet a sido clave para ver el avance de la tecnología, con la necesidad de romper esquemas y crear nuevas oportunidades de negocio, querer salir adelante y dejar de ser dependiente de un emprendimiento ajeno y trabajar para nosotros mismos. Es lo que la mayoría de la juventud anhela especialmente cuando oímos noticias de ciudadanos que emprenden a partir de sus pensamientos innovadores, como Steve Jobs, quien a partir de sus ideas creo un imperio del cual muchos conocemos, historia que no solo inspira sueños sino que tambien libros documentales y películas.

Google y su cocreador Larry Page, quien primero desarrollo algoritmos para unir paginas web, y luego logro crear una industria de servicios de software del más alto nivel.

Starbucks, de Howard Schultz, quién debio reinventar su emprendimiento cuando estuvo en crisis y saco a la venta los productos empaquetados para llevar.

Facebook, de Marck Zuckerberg, quien inicio su emprendimiento a los 19 años y hoy ya esta presente con su industria en todos lados y en cada uno de nuestros hogares ademas de estar incluso transando sus acciones en la bolsa.

Uber, Trabis Kalavick, quien desarrollo una aplicación para pedir un taxi a travez de internet el que ya esta siendo muy popular entre sus seguidores y utilizado en todo el mundo.

Todos los anteriores son grandes ejemplos de emprendimiento con vigencia en este momento y como no nombrar un reciente emprendimiento chileno llamado "algramo" que nacio en 2013 desarrollado por un grupo de jovenes universitarios quienes quisieron aportar con un emprendimiento social, el cual consiste en vender legumbres al gramo depositados en una máquina dispensadora con envases reciclables donde el usuario compra solo lo que necesita y a un valor más que accesible ya que su realidad le dice que vive solo al día.

El emprendimiento social es un compromiso con la comunidad con innovaciones que apoyen a quienes hoy en día están más desprotegidos socialmente las ideas creativas y visionarias que aportan a la inclusión y que buscan el empoderamiento que cause un impacto social y sea un aporte educativo.

Dentro de este marco, dar una adecuada y pronta respuesta a dicha exigencia social es un imperativo político, ético y económico, el cual impone al Estado el deber de crear condiciones sociales para que todas las personas tengan la mayor realización material y espiritual posible, y por tanto, que elimine, en forma progresiva, las profundas desigualdades estructurales que aquejan al sistema educativo y que impiden elevar su calidad restringiendo así las oportunidades y derechos de millones de chilenos y chilenas.

### **1.1.1.- Definición de Autoeficacia Emprendedora**

“La autoeficacia emprendedora alude a la creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo eficazmente las acciones y tareas específicas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa (De Noble, Jung, y Ehrlich, 1999). En los últimos años, algunas investigaciones han demostrado con éxito el poder predictivo de las percepciones de autoeficacia sobre la formación de intenciones emprendedoras, tanto por su influencia directa sobre éstas como por su asociación con otras variables (Segal, Borgia, y Schoenfeld, 2005; Zhao et al., 2005)”. (Aguirre, 2009)

“Una de las variables externas es el control percibido sobre el comportamiento, mediante el cual se analiza la percepción sobre la facilidad o dificultad para llevar a cabo la conducta (Ajzen, 1991), esto implica, si se tienen las capacidades o conocimientos para poder emprender. Este es un concepto similar a la autoeficacia percibida (Bandura, 1997).

En ambos casos, lo importante es el sentido de capacidad con respecto al cumplimiento de las conductas para la creación de empresas (Liñán y Chen, 2006)” (Martínez, 2011)

Otros estudiosos han definido este término de distintas maneras, entre ellas:

1803: Jean-Baptista dice: Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

1934: Joseph Alois Schumpeter: Los emprendedores son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.

1964: Peter Drucker: Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

1975: Howard Stevenson: El emprendedurismo es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente.

Las Ciencias Empresariales: Son estudios dedicados a la economía, enfocados a la investigación y a la gestión de empresas. Los especialistas se preparan para funciones y procesos derivados de la gestión empresarial, la comercialización, administración, producción y financiación.

### **1.1.2.- Expectativas de emprendimiento**

Cada vez que cambia un gobierno, todos los organismos, públicos y privados, ponen sus expectativas y esperanzas sobre el apoyo al emprendimiento que este aportara junto con sus políticas públicas apuntado a las perspectivas sociales, pasando por la educación, en materia de reformas por empresas nacionales e internacionales, reformas tributarias llegando incluso a la dueña de casa quien acude a entidades como SERCOTEC o CORFO para iniciar su emprendimiento. Incluso el joven estudiante quien comienza quizá limpiando parabrisas en una esquina para terminar con su propia empresa de repuestos u otros servicios.

Quienes deciden iniciar un emprendimiento tienen grandes expectativas y no solo de triunfar sino de permanecer en el tiempo. Y que este sea el sustento propio y de su familia y por qué no también el sustento de otras familias. Que sus iniciativas de negocio le permitan contratar más personas, y así, seguir creciendo.

### **1.1.3.- Motivos para emprender:**

Algunas de las motivaciones que impulsan a emprender son seguramente, en muchos casos y especialmente en el de las mujeres las siguientes:

“No se tiene empleo y es la única alternativa.”

“Independencia económica”

“Convicción sobre una buena idea para desarrollar”

“Ser su propio jefe”

“Desarrollar el espíritu emprendedor”

### 1.1.4 Capacidades personales:

Según el programa realizado por la Universidad Jaume España “Emprende dona” donde prestan asesoría y educación a mujeres de sectores rurales para que realicen sus emprendimientos todo esto apoyado por el gobierno de España, nos muestran un pequeño listado de las características personales que puede poseer una persona emprendedora:

Capacidad de organización	Con inquietudes
Capacidad de planificación	Comprometida
Decisión	Con confianza
Aprendizaje constante	Valiente
Capacidad de liderazgo	Con expectativas
Con iniciativa	Asertiva
Resolutiva	Con habilidades sociales
Perseverante	Responsable
Ingeniosa	Con capacidad de trabajo
Creativa	Activa
Innovadora	Facilidad para adaptarse

No es necesario cumplir todas las anteriores, y de seguro habrá otras que no aparecen en la lista, lo importante es saber explorar todas las capacidades y explotar todas la potencialidades.

### **1.1.5.- Las iniciativas:**

Según el diccionario, es una: proposición o idea que sirve para iniciar alguna cosa.

Capacidad para idear, inventar o emprender cosas

Como se señala la iniciativa es la capacidad para iniciar algo. La iniciativa entonces es lo primero que se debe sentir para emprender. Al principio quizá con temor de que la idea no sea lo suficientemente sólida pero a medida que se va iniciando va también tomando formas para convertirse en una empresa. La iniciativa puede o no ser innovadora esta puede ser a partir de algo que ya exista pero no haya sido mejorado o adaptado a las nuevas necesidades, convencidos que estas día a día van cambiando. Los gustos y preferencias de las personas van avanzando con la tecnología, pensado en lo vanguardista y sin dejar de lado lo ecológico y sustentable términos muy usados hoy en día.

Y, si la iniciativa no es la mejor tener la perseverancia para no decaer y seguir adelante para mejorar los detalles.

## 1.2.- LA EDUCACION EN CHILE

La educación en Chile se divide en cuatro fases

- Preescolar
- Básica
- Media
- Superior.

Donde los tres primeros son obligatorios. La educación chilena está regida por la Ley General de Educación de 2009 (LGE).

Los niveles preescolar, básico y medio del sistema educacional, así como los centros de formación técnica de la educación superior, están regulados y vigilados por el ministerio de educación. El consejo superior de educación (CSE) tiene como principales funciones pronunciarse sobre la solicitud de reconocimiento oficial de las universidades e institutos profesionales, verificar su desarrollo, establecer sistemas de examen selectivo y acreditación, recomendar sanciones y realizar estudios sobre la educación superior.

Educación superior: El sistema de educación superior en Chile está conformado oficialmente por 180 instituciones, agrupadas en: Universidades (60), Institutos Profesionales (45), Centros de Formación Técnica (74) y Establecimientos de Educación Superior de las Fuerzas Armadas, de Orden y Seguridad (6). Estas instituciones entregan el total de planes de Pregrado y Postgrado en el país. En específico, los establecimientos de educación superior reconocidos oficialmente otorgan títulos técnicos de nivel superior, títulos profesionales y grados académicos, según corresponda. La Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCDE) N°18.962 publicada el 10 de marzo de 1990, regula la creación y disolución de las instituciones de Educación Superior, siendo la ley marco para todas las normas vigentes en Educación Superior.

### **1.3.- Emprendimiento y Educación**

Para poder analizar la relación existente entre los conceptos de educación y de emprendimiento, es necesario definirlos. Como el término emprendimiento ya ha sido definido, sólo resta hacer lo propio con el término educación.

Comprender la relación entre estos conceptos ayuda a esclarecer una pregunta frecuente que surge al estudiar el tema de emprendimiento, y que tiene que ver con si los emprendedores nacen o se forman.

“Se considera apropiado para responderla transcribir las palabras que la empresaria y académica, Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó en el V Encuentro de Empresarios organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: “Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y entrepreneurship; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales” (Formichella, 2004)

Lo expresado en el párrafo anterior es coincidente con las, ya expuestas, ideas de Drucker y Marshall, debido a que ambos, en diferentes momentos históricos, han reconocido que los individuos son capaces de adquirir nuevas actitudes y aprender a ser emprendedores.

“Howard Rasheed (2000) expresa que la educación en entrepreneurship puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como: auto confianza, autoestima, auto eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en entrepreneurship para los jóvenes, puede colaborar en evitar la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia.

## **CAPITULO II: La Universidad del Bío-Bío.**

**2.1.- Universidad del Bío Bío.-** Institución de educación superior, de carácter estatal, se ubica en la región del Bío Bío y mantiene dos sedes en las 7 ciudades de Concepción y Chillan, es una de las 25 Universidades del consejo de Rectores de las Universidades Chilenas y sus orígenes se remontan al año 1947. Posteriormente, mediante la Ley N° 18.744, publicada el 29 de septiembre de 1988 en el Diario Oficial, se crea la Universidad del Bío Bío, integración de la ex Universidad Técnica del estado UTE de Concepción, y el Instituto Profesional de Chillan. Al iniciar la Universidad contaba con una población estudiantil de cuatro mil trescientos alumnos. Hoy en día su matrícula supera los diez mil estudiantes

### **2.1.1.- Lineamientos Estratégicos de la Universidad de Bío – Bío.**

#### ***Visión***

Ser reconocida a nivel nacional como universidad estatal, publica, regional, autónoma, compleja e innovadora con énfasis en la formación de capital humano, vinculada al desarrollo sustentable de la región del Bío Bío y que aporta a la sociedad del conocimiento y al desarrollo armónico del país.

#### **Misión**

La Universidad del Bío-Bío es una institución de educación superior, pública, estatal y autónoma, de carácter regional, que se ha propuesto por misión:

Formar profesionales de excelencia capaces de dar respuesta a los desafíos del futuro, con un modelo educativo cuyo propósito es la formación integral del estudiante a partir de su realidad y sus potencialidades, promoviendo la movilidad social y la realización personal.

Fomentar la generación de conocimiento avanzado mediante la realización y la integración de actividades de formación de postgrado e investigación fundamental, aplicada y de desarrollo, vinculadas con el sector productivo, orientada a las áreas estratégicas regionales y nacionales.

Contribuir al desarrollo armónico y sustentable de la Región del Bío Bío, a través de la aplicación del conocimiento, formación continua y extensión, contribuyendo a

la innovación, productividad y competitividad de organizaciones, ampliando el capital cultural de las personas, actuando de manera interactiva con el entorno y procurando la igualdad de oportunidades.

Desarrollar una gestión académica y administrativa moderna, eficiente, eficaz y oportuna, centrada en el estudiante, con estándares de calidad certificada que le permiten destacarse a nivel nacional y avanzar en la internacionalización.

### **2.1.2.- Perfil del alumno**

Actualmente el estudiante posee características, necesidades y expectativas de formación diferentes, lo que comporta el desarrollo de nuevas habilidades y actitudes que le permiten una integración social e inserción en la sociedad como un profesional de excelencia. Quien posee un gran manejo de las tecnologías de la información, por lo que uno de los propósitos es usar un modelo de enseñanza que permita el crecimiento humano y sus habilidades comunicativas, reflexivas con la responsabilidad personal y social.

*“El egresado de la Universidad del Bío Bío se distingue por el compromiso permanente con su aprendizaje y por la responsabilidad social con que asume su quehacer profesional y ciudadano. Respeta la diversidad, favoreciendo el trabajo colaborativo e interdisciplinario. Potencia sus capacidades de manera integral para servir a la sociedad con innovación y excelencia”. [www.ubiobio.cl](http://www.ubiobio.cl)*

## **CAPITULO III: METODOLOGIA**

### **3.1.- Hipótesis**

Hipótesis Nula: Los estudiantes no poseen autoeficacia emprendedora al ingresar a estudiar Técnico en Administración de Empresas en la universidad del Bío Bío. Sede Chillán

Hipótesis Alternativa: Los estudiantes poseen autoeficacia emprendedora al ingresar a estudiar Técnico en Administración de Empresas en la universidad del Bío Bío. Sede Chillán.

### **3.2.- Declaración del Problema**

¿En qué medida el estudiante de Técnico en Administración de Empresas 2015 del área de ciencias empresariales de la Universidad del Bío Bío Chillán, posee autoeficacia emprendedora?

### **3.3.- Limitaciones**

Investigación realizada solo a los alumnos nuevos de la carrera de Administración de Empresas de la universidad del Bío- Bío.

### **3.4.- Delimitaciones**

La delimitación del objeto en el espacio físico geográfico está dada en el área de las ciencias empresariales en especial al programa de educación continua TUA de la Universidad del Bío Bío, Chillán.

La delimitación de tiempo está dada al tercer trimestre del 2015.

### 3.5.- Sujeto del Estudio

Se trata de un grupo etario entre 25 y 50 años de edad hombres y mujeres, en su mayoría que trabajan durante el día y cumplen sus responsabilidades universitarias de noche, los cuales respondieron a la encuesta libre y espontáneamente.

“Un gran número de investigadores en educación concuerdan en el valor del uso de la investigación en el diseño de políticas educativas. No hay consenso sobre cuáles son los métodos más adecuados de investigación.

Algunos grupos argumentan que la investigación en educación debe estar basada en experimentos probabilísticos, mientras que otros sugieren que los métodos cualitativos y experimentos más pequeños siguen siendo óptimos para la mayor parte de la investigación en educación.

Robert E. Slavin, investigador de la Universidad Johns Hopkins en EE.UU. Propone que la investigación en educación debería seguir la tendencia en la investigación del siglo XX en medicina. Hasta ahora, según el autor, la investigación en educación ha producido muchos estudios rigurosos de principios básicos de práctica pero pocos estudios rigurosos de programas y prácticas que podrían servir como base para la adopción de políticas educativas.

El investigador Johns Hopkins psicólogo educacional de Harvard University apunta que una revolución científica solo ocurrirá en la investigación en educación si empieza a enfocarse en programas y prácticas replicables, los cuales son centrales a políticas educativas y pedagogía. La investigación solo debe emplear métodos con estándares altos“(educarchile, 2014)

### 3.6.- Supuestos

El emprendedor se puede formar mediante el estudio de las técnicas de administración y en específico marketing para desarrollar una buena estrategia de emprendimiento.

Los alumnos que participan de talleres de liderazgo potencian sus capacidades cognitivas para la autoeficacia emprendedora.

Con el capital suficiente cualquier persona puede llegar a ser un emprendedor.

### 3.7.- Medición

Por consiguiente, a continuación se indican la forma en que se realizó la encuesta de medición que se aplicó en este estudio

“La escala más utilizada para medir la autoeficacia emprendedora ha sido la desarrollada por De Noble, Jung y Ehrlich (1999) – Entrepreneurial Self-Efficacy, ESE –, existiendo una versión adaptada y validada en castellano por Moriano et al. (2006). En general, en este instrumento se recogen las principales tareas que debería desarrollar un emprendedor para tener éxito en su propia empresa, resaltando las siguientes dimensiones: desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado; construir un entorno innovador; iniciar relaciones con inversores; definir el objetivo central del negocio; afrontar cambios inesperados y desarrollar los recursos humanos clave. Resultados similares se desprenden en el estudio de Salvador (2008), quien obtiene dos dimensiones, tales como, desarrollo de nuevos productos u oportunidades de mercado y gestión o desarrollo de recursos humanos clave”. (Salvador Ferrer, 2009, pág. 269)

Al analizar las dimensiones (Salvador, 2008, p. 69) destaca:

*Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado.* Esta categoría se refiere a un conjunto de habilidades relacionadas con el reconocimiento de

oportunidades, siendo esta dimensión considerada por diferentes autores como fundamental para el autoempleo (Chell, 2000; Chen, Green y Crick, 1998; KruegerJR, Reilly y Carsrud, 2000).

*Construir un entorno innovador.* Se centra en la capacidad del individuo para estimular la creatividad, iniciativa y responsabilidad de las personas que trabajan con él.

*Iniciar relaciones con inversores.* Se trata de la suficiencia que tienen los emprendedores para utilizar sus redes sociales y establecer contactos que les permitan captar los recursos necesarios para crear su propia empresa (Ehrlich, De Noble, Moore y Weaver, 1994).

*Definir el objetivo central del negocio.* Esta categoría es fundamental porque si una persona se cree incapaz de establecer el propósito central de su negocio, entonces resulta poco probable que se sienta motivado para iniciar su propia aventura empresarial.

*Afrontar cambios inesperados.* Se refiere a la creencia sobre la capacidad de trabajar bajo incertidumbre. Esto es, dejar atrás el confort que supone desarrollar una labor profesional por cuenta ajena a una empresa establecida, mostrando tolerancia ante la ambigüedad y flexibilidad para adaptarse a los cambios.

*Desarrollar los recursos humanos clave.* Representa la creencia en la propia habilidad para atraer y retener individuos fundamentales en la creación de una nueva empresa. Además, resulta básico que el emprendedor reconozca la importancia de involucrar a otras personas en el proceso de creación de su empresa.

“A su vez existe la escala de Dr. Alex de Noble Entrepreneurship Research Survey la cual explora la creencia de las personas en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de una nueva empresa, basado en la teoría de Bandura.”

“Autoeficacia emprendedora. Se adaptó la escala de De Noble et al. (1999) que mide la creencia de la persona en sus propias capacidades para desempeñar las tareas requeridas para la creación de una empresa. Dicho instrumento fue elaborado de acuerdo a las recomendaciones de Bandura (1986, 1997) acerca del desarrollo de medidas de autoeficacia específicas de dominio. La escala se compone de 23 ítems en los que se pide a los sujetos que expresen el grado en que se sienten capaces de desempeñar ciertas actividades emprendedoras, mediante una escala tipo Likert de cinco puntos. El índice de autoeficacia se calcula a partir del promedio de las respuestas de los sujetos a los ítems. De Noble et al. (1999) alcanzaron adecuados niveles de fiabilidad (alfa de Cronbach en torno a .70), así como de validez predictiva de las intenciones de emprender y de validez discriminante entre estudiantes universitarios con distintos grados de exposición al proceso emprendedor. En este estudio, la fiabilidad obtenida para la escala mediante alfa de Cronbach fue de .89.” (Lanero, 2007)

### **3.8.- Resultados que ha tenido esta encuesta en el tiempo**

Diferentes estudios han mostrado que las creencias de la persona sobre sus propias capacidades para crear y gestionar una nueva empresa tienen una relación positiva con la intención de emprender (De Noble et al., 1999; Jung et al., 2001).

En general, los resultados descritos anteriormente permiten confirmar la fiabilidad y validez de la escala adaptada de autoeficacia emprendedora para predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

En definitiva, consideramos que el estudio cuantitativo de la conducta emprendedora a través de la utilización de escalas de medición resulta de gran importancia, porque ofrece una información fiable y válida sobre las variables psicológicas que explican esta conducta. Además, permite realizar comparaciones entre diferentes situaciones y momentos. Por ello, resulta necesario adaptar y

validar escalas que han sido desarrolladas y utilizadas con éxito en otros países, ya que esto favorece la estructuración de un cuerpo de conocimiento común, así como la realización de comparaciones transculturales. Asimismo, estos instrumentos pueden resultar de gran utilidad para orientadores, tutores, asesores, consultores y técnicos que con su práctica diaria tratan de impulsar el desarrollo del autoempleo y de la cultura emprendedora.

Asimismo, se puede usar la autoeficacia, no sólo como un potente predictor de la conducta emprendedora, sino como un aspecto clave a desarrollar en los cursos de formación para emprendedores. Los profesores pueden utilizar este marco teórico para diseñar sus clases de tal forma que permitan a los alumnos desarrollar creencias de eficacia en aquellos aspectos básicos para crear y gestionar una empresa con éxito. Como afirma Bandura (1999)

La autoeficacia se convierte en un indicador del proceso formativo, pues ésta se desarrolla a través de la experimentación de logro en contextos protegidos (experiencia de logro), el refuerzo continuado del profesor y compañeros, y el modelado entre iguales.

### 3.9.- Discusión

Los hallazgos indicarían que las creencias de las personas en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de una nueva empresa, son de vital importancia para la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales. Este planteamiento es corroborado por el planteamiento teórico y por investigaciones realizadas en relación al constructo. Así tenemos que para Bandura la autoeficacia representa un mecanismo cognitivo que media entre el conocimiento y la acción, la cual determina el éxito de las propias acciones.

“En suma, de los resultados comentados pueden derivar ciertas implicaciones prácticas en lo que respecta al fomento de la creación empresarial entre los jóvenes de nuestro país. Ciertamente, la comprensión de los antecedentes de las intenciones de emprender de personas involucradas en la actualidad en procesos de elección de una carrera profesional resulta de gran interés para el diseño de prácticas y políticas de actuación destinadas a paliar la escasez de iniciativas emprendedoras mediante programas formativos dirigidos a las futuras generaciones de población activa. Así, dada la importancia adquirida por la deseabilidad y factibilidad percibidas y la autoeficacia como variables antecedentes de las intenciones emprendedoras, parece lógico pensar que cualquier iniciativa dirigida al fomento de la creación empresarial debería incorporar ciertos componentes que permitan el desarrollo en los individuos de una actitud positiva hacia el autoempleo como carrera profesional deseable y factible, así como de sentimientos de capacidad emprendedora, Bandura (1986)” (Lanero A. S., 2007)

Finalmente, se plantea la necesidad de conducir estudios longitudinales que permitan estudiar la relación entre intenciones y conductas emprendedoras a lo largo del tiempo, y la evolución de las cogniciones en las diferentes fases del proceso emprendedor.

### 3.10.-LO QUE DESEA MEDIR

A continuación se muestra el cuestionario aplicado y sus resultados:

#### 3.10.1.-Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8
Capaz	9	22,0	22,0	31,7
muy capaz	14	34,1	34,1	65,9
perfectamente capaz	14	34,1	34,1	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	3	7	10	3
	masculino	0	0	2	4	11

		reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	31	35	28	33

Según los resultados un 90,2%, posee capacidad para reconocer oportunidades en el mercado, dentro de este porcentaje se reconoce un 1 punto más alto la respuesta masculina con tendencia a la perfección de la capacidad y con un

media en edad de 33 años, en muy menor escala se encuentra la incapacidad con tan solo un 4,97% de sexo femenino de edad entre 27 y 31 años.

### 3.10.2.-Trabajar eficazmente baja un continuo estrés, presión y conflicto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	3	7,3	7,3
	algo incapaz	1	2,4	9,8
	Capaz	13	31,7	41,5
	muy capaz	13	31,7	73,2
	perfectamente capaz	11	26,8	100,0
	Total	41	100,0	100,0

	trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto				
	completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
	Media	Media	Media	Media	Media
Edad	27	27	31	32	32

		trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto					Total
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz	
sexo	femenino	2	1	9	8	4	24
	masculino	1	0	4	5	7	17
Total		3	1	13	13	11	41

Del total de 41 encuestados un 90,2% se considera capaz de trabajar eficazmente bajo estrés, presión y conflicto donde el sexo femenino en mayoría se considera capaz y muy capaz mientras el sexo masculino se considera perfectamente capaz. El rango de edad se sitúa entre los 28 y 35 años.

Por el contrario un 9,7% se considera incapaz de realizar la pregunta en cuestión, y son del sexo femenino. En un rango etario de 27 años.

### 3.10.3.-Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4
	algo incapaz	5	12,2	14,6
	Capaz	10	24,4	39,0
	muy capaz	13	31,7	70,7
	perfectamente capaz	12	29,3	100,0
	Total	41	100,0	100,0

		Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	0	4	10	8	2
	masculino	0	0	1	5	11

		Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	28	34	30	32

De un total de 41 encuestados un 85,4% responde de capaz a perfectamente capaz en su mayoría del sexo femenino donde la curva es más alta en capaz y más alta en el sexo masculino cuando se refiere a perfectamente capaz esto es en rango etario de 31-32 años.

Por el contrario un 14,6% responde no ser capaz de desarrollar la pregunta todas de sexo femenino de edades entre los 27 y 28 años.

### 3.10.4.-Reclutar y entrenar a los empleados clave

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8
Capaz	9	22,0	22,0	31,7
muy capaz	10	24,4	24,4	56,1
perfectamente capaz	18	43,9	43,9	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Reclutar y entrenar a los empleados clave				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	3	6	8	6
	masculino	0	0	3	2	12

		Reclutar y entrenar a los empleados clave				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	34	32	31	31

Del total de 41 encuestados, un 90,3% se sitúa en el rango de capaz a perfectamente capaz, y un 9,7% completamente incapaz o algo incapaz donde el sexo masculino lidera en la respuesta perfectamente capaz. Según el rango etario la media de edad son los 31 años. Más bajo se encuentra la incapacidad con un 9,7% todas de sexo femenino de rango etario de 27 a 34 años.

### 3.10.5.- Establecer la visión y valores de la organización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	2	4,9	4,9	7,3
Capaz	9	22,0	22,0	29,3
muy capaz	10	24,4	24,4	53,7
perfectamente capaz	19	46,3	46,3	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Establecer la visión y valores de la organización				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	2	5	9	7
	masculino	0	0	4	1	12

		Establecer la visión y valores de la organización				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	36	32	27	32

Se reconoce un 92,7% de respuestas a la capacidad de cumplir con la pregunta expuesta donde la mayoría de las repuestas corresponde a perfectamente capaz predominando el sexo masculino y dentro de la variable capaz el sexo femenino Estos en el rango etario de 32 años. Y, un 7,3% todos de sexo femenino y edad 27 a 36 años se sientes con incapacidad de lograr lo expuesto.

**3.10.6.- Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
algo incapaz	5	12,2	12,2	12,2
Capaz	10	24,4	24,4	36,6
Válidos muy capaz	14	34,1	34,1	70,7
perfectamente capaz	12	29,3	29,3	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	0	4	7	10	3
	masculino	0	1	3	4	9

		Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad	.	29	31	31	31	32

Un 87,8% de los encuestados están dentro del rango de capaz a perfectamente capaz donde la media se encuentra en el sexo femenino. Las edades se encuentran en los 31 años. Y un 12,2% se considera incapaz siendo también en su mayoría del sexo femenino y de rango etario de 29 años.

### 3.10.7.- Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	algo incapaz	4	9,8	9,8	9,8
	Capaz	11	26,8	26,8	36,6
	muy capaz	13	31,7	31,7	68,3
	perfectamente capaz	13	31,7	31,7	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	0	4	10	8	2
	masculino	0	0	1	5	11

		Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad	.	30	32	29	32	

Un 90,2%, se considera capaz de relaciones con personas clave para obtener el capital donde predomina el sexo femenino, de edades de 29 a 32 años. Y un 9,8% sin capacidad de sexo femenino de 30 años de edad.

### 3.10.8.- Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
algo incapaz	3	7,3	7,3	7,3
Capaz	14	34,1	34,1	41,5
Válidos muy capaz	12	29,3	29,3	70,7
perfectamente capaz	12	29,3	29,3	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	0	3	11	6	4
	masculino	0	0	3	6	8

		Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad	.	32	33	31	29	

Un 92,7%, se siente capaz de cumplir con lo propuesto, centrandose la mayoría en capaz de sexo femenino de edad de 33 años, y en menor porcentaje, un 9,8 de sexo femenino de edad de 30 años.

### 3.10.9.-Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir puestos clave de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
	algo incapaz	4	9,8	9,8	12,2
	Capaz	9	22,0	22,0	34,1
	muy capaz	13	31,7	31,7	65,9
	perfectamente capaz	14	34,1	34,1	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrirlos puestos clave de la empresa				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	3	7	9	4
	masculino	0	1	2	4	10

		Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrirlos puestos clave de la empresa				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	30	31	31	32

Un 87,8%, se considera de capaz a perfectamente capaz de desarrollar la pregunta planteada siendo equiparado entre femenino y masculino de edades de 31 a 32 años, Y en un 12,2% incapaz de alcanzar el objetivo en mayoría del sexo femenino de edades de 27 a 30 años.

### 3.10.10.- Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4
	algo incapaz	1	2,4	4,9
	Capaz	12	29,3	34,1
	muy capaz	9	22,0	56,1
	perfectamente capaz	18	43,9	100,0
	Total	41	100,0	100,0

		Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	1	10	6	6
	masculino	0	0	2	3	12

		Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	38	31	31	31

Un 95,2% de los encuestados se consideran capaces de cumplir el objetivo, 22 de ellos de sexo femenino y 17 de sexo masculino de edad de 31 años. Y por el contrario un 4,8% se considera incapaz de cumplir el objetivo siendo todas de sexo femenino de 27 a 38 años de edad.

### 3.10.11.- Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4
	algo incapaz	2	4,9	7,3
	Capaz	17	41,5	48,8
	muy capaz	13	31,7	80,5
	perfectamente capaz	8	19,5	100,0
	Total	41	100,0	100,0

		Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	2	14	6	1
	masculino	0	0	3	7	7

		Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	36	31	30	34

Un 92,7% de los encuestados se considera capaz a perfectamente capaz de cumplir el objetivo, siendo la mayoría sexo femenino mostrándose capaz para cumplir el objetivo de edad entre los 30 y 34 años. Y, un 7,3%, incapaz de cumplir el objetivo de sexo femenino de 27 a 36 años.

### 3.10.12.- Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	5	12,2	12,2	14,6
Capaz	16	39,0	39,0	53,7
muy capaz	11	26,8	26,8	80,5
perfectamente capaz	8	19,5	19,5	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	4	14	5	0
	masculino	0	1	2	6	8

		Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	31	32	30	32

Un 85,3%, se considera de capaz a perfectamente capaz de cumplir el objetivo siendo predominante el sexo femenino de edades de 30 a 32 años. Y, en un 14,6 % de los encuestados se considera incapaz de cumplir el objetivo todas de sexo femenino de edades de 27 a 31 años.

### 3.10.13.- Identificar recursos potenciales de financiación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	2	4,9	4,9	4,9
algo incapaz	5	12,2	12,2	17,1
Capaz	15	36,6	36,6	53,7
muy capaz	11	26,8	26,8	80,5
perfectamente capaz	8	19,5	19,5	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Identificar recursos potenciales de financiación					
		0	completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	0	5	11	7	0
	masculino	1	0	0	4	4	8

		Identificar recursos potenciales de financiación					
		0	completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media	Media
edad	35	.	31	31	30	33	

Un 82,9%, se considera de capaz a perfectamente capaz de cumplir el objetivo este de sexo femenino de edades de 30 a 33 años. Un 12,2% incapaz de cumplir con el objetivo de sexo femenino y de 31 años de edad. Un 4,9% de los encuestados no responde la pregunta.

**3.10.14.- Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8
Capaz	11	26,8	26,8	36,6
muy capaz	15	36,6	36,6	73,2
perfectamente capaz	11	26,8	26,8	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser mas su propio jefe				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	2	9	9	3
	masculino	0	1	2	6	8

		Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	32	29	34	30

Un 90,2%, se siente capaz de cumplir el objetivo mayormente del sexo femenino y con una media de edad entre 29 y 34 años. Un 9,7% se ubica en la incapacidad de cumplir el objetivo en su mayoría de sexo femenino de 27 a 32 años.

### 3.10.15.- Persistir frente a la adversidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
	algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8
	Capaz	8	19,5	19,5	29,3
	muy capaz	8	19,5	19,5	48,8
	perfectamente capaz	21	51,2	51,2	100,0
	Total	41	100,0	100,0	

		Persistir frente a la adversidad				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	2	6	6	9
	masculino	0	1	2	2	12

		Persistir frente a la adversidad				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	33	29	30	32

Un 90,2%, se considera con capacidades para cumplir el objetivo, siendo en el mayor porcentaje de mujeres y en edades de 29 a 32 años. Un 9,7%, se considera incapaz de cumplir con el objetivo mayormente mujeres de 27 a 33 años.

**3.10.16.- Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8
Capaz	14	34,1	34,1	43,9
muy capaz	14	34,1	34,1	78,0
perfectamente capaz	9	22,0	22,0	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Sexo	femenino	1	2	11	9	1
	masculino	0	1	3	5	8

		Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
Edad		27	37	29	33	29

Un 90,2% se siente capaz de cumplir el objetivo la mayoría responde capaz y muy capaz de sexo femenino y edades de 29 a 33 años, Un 9,7%, responde ser incapaz de cumplir el objetivo todas de sexo femenino de edades de 27 y 37 años

### 3.10.17.- Formular unas acciones rápidas para perseguir oportunidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	2	4,9	4,9	4,9
algo incapaz	4	9,8	9,8	14,6
Capaz	10	24,4	24,4	39,0
muy capaz	14	34,1	34,1	73,2
perfectamente capaz	11	26,8	26,8	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Formular unas acciones rápidas para perseguirlas oportunidades					
0		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz	
Recuento		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	
Sexo	femenino	1	0	4	9	9	1
	masculino	1	0	0	1	5	10

		Formular unas acciones rápidas para perseguirlas oportunidades					
0		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz	
Media		Media	Media	Media	Media	Media	
Edad	35	.	31	32	31	31	

Un 85,3%, se considera de capaz a perfectamente capaz de cumplir el objetivo en su mayoría de sexo masculino y con una media de 31 años de edad. Un 9,8% se considera incapaz de cumplir con el objetivo son de sexo femenino y con una media de 31 años. Un 4,9% no responde

### 3.10.18.- Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8
Capaz	8	19,5	19,5	29,3
muy capaz	11	26,8	26,8	56,1
perfectamente capaz	18	43,9	43,9	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer					
		0	completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Sexo	femenino	1	0	3	6	8	6
	masculino	0	0	0	2	3	12

		Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer					
		0	completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media	Media
Edad		38		28	30	30	32

Un 90,2%, se define como capaz a perfectamente capaz de cumplir el objetivo siendo en mayor número de sexo masculino de rango etario de 30 a 32 años. Un 7,3% se define como incapaz de cumplir el objetivo todas del sexo femenino de 28 años de edad. Un 2,4% no responde, femenino, 38 años

### 3.10.19.- Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4
	algo incapaz	4	9,8	12,2
	Capaz	10	24,4	36,6
	muy capaz	17	41,5	78,0
	perfectamente capaz	9	22,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0

		usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	Femenino	1	3	8	10	2
	Masculino	0	1	2	7	7

		usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	31	32	30	32

Un 87,9%, se considera cree poder usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera. El recuento índice este índice en muy capaz a las encuestadas de sexo femenino de 30 años. Un 12,2% se considera incapaz de usar el concepto también de sexo femenino de 38 años.

### 3.10.20.- Determinar si el negocio va bien

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4
algo incapaz	2	4,9	4,9	7,3
Capaz	9	22,0	22,0	29,3
muy capaz	16	39,0	39,0	68,3
perfectamente capaz	13	31,7	31,7	100,0
Total	41	100,0	100,0	

		Determinar si el negocio va bien				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	Femenino	1	1	7	11	4
	Masculino	0	1	2	5	9

		Determinar si el negocio va bien				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	34	32	28	35

Un 92,7% de los encuestados se considera de capaz a perfectamente capaz de cumplir con el objetivo, el mayor porcentaje en muy capaz predominante el sexo femenino en una media de 28 años de edad. Un 7,3% se considera incapaz de cumplir en igual número masculino y femenino de 27 y 34 años.

**3.10.21.- Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones independientemente de sus resultados**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4	2,4	
	algo incapaz	3	7,3	7,3	9,8	
	Capaz	10	24,4	24,4	34,1	
	muy capaz	9	22,0	22,0	56,1	
	perfectamente capaz	18	43,9	43,9	100,0	
	Total	41	100,0	100,0		
		Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones independientemente de sus resultados				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	2	7	8	6
	masculino	0	1	3	1	12
		Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones independientemente de sus resultados				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	37	30	30	32

Un 90,3% de los encuestados se considera de capaz a perfectamente capaz de cumplir con el objetivo siendo la mayor concentración en perfectamente capaz con relevancia en el sexo masculino de edad de 32 años. Un 9,7%, se considera incapaz con mayor concentración del sexo femenino de 27 años.

### 3.10.22.- Identificar y construir equipos de gestión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4
	algo capaz	1	2,4	4,9
	Capaz	12	29,3	34,1
	muy capaz	11	26,8	61,0
	perfectamente capaz	16	39,0	100,0
	Total	41	100,0	100,0

	Identificar y construir equipos de gestión				
	completamente incapaz	algo capaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
	Media	Media	Media	Media	Media
edad	27	38	30	34	30

	Identificar y construir equipos de gestión					
	completamente incapaz	algo capaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz	
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	
sexo	femenino	1	1	10	6	6
	masculino	0	0	2	5	10

Un 95,1% de los encuestados se considera de capaz a perfectamente capaz de cumplir con Identificar y construir equipos de gestión, la mayoría se concentra en perfectamente capaz la mayor parte de sexo masculino de rango etario de 30 años. Un 4,8% de se considera incapaz de cumplir con el objetivo son de sexo femenino de 27 y 38 años

### 3.10.23.- Formar asociaciones o alianzas con otros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente incapaz	1	2,4	2,4
	algo incapaz	4	9,8	12,2
	Capaz	9	22,0	34,1
	muy capaz	12	29,3	63,4
	perfectamente capaz	15	36,6	100,0
	Total	41	100,0	100,0

		Formar asociaciones o alianzas con otros				
		completamente incapaz	algo incapaz	Capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
sexo	femenino	1	4	8	7	4
	masculino	0	0	1	5	11

		Formar asociaciones o alianzas con otros				
		completamente incapaz	algo incapaz	capaz	muy capaz	perfectamente capaz
		Media	Media	Media	Media	Media
edad		27	31	31	32	31

Un 87,9% de los encuestados se considera de capaz a muy capaz de cumplir con formar asociaciones o alianzas con otros, de estos predomina el perfectamente capaz de sexo masculino y rango etario de 31 años. Un 12,2% no se considera capaz de cumplir siendo de sexo femenino de 27 a 31 años.

## CAPITULO IV: RESULTADO DE LA INVESTIGACION

### 4.1.- Recolección de la información

La población encuestada la formaron 41 estudiantes universitarios del programa Técnico en Administración de Empresas de la ciudad de Chillán como puede observarse en la tabla I, el área de conocimiento estará representada, por las Ciencias Empresariales (52,3%).

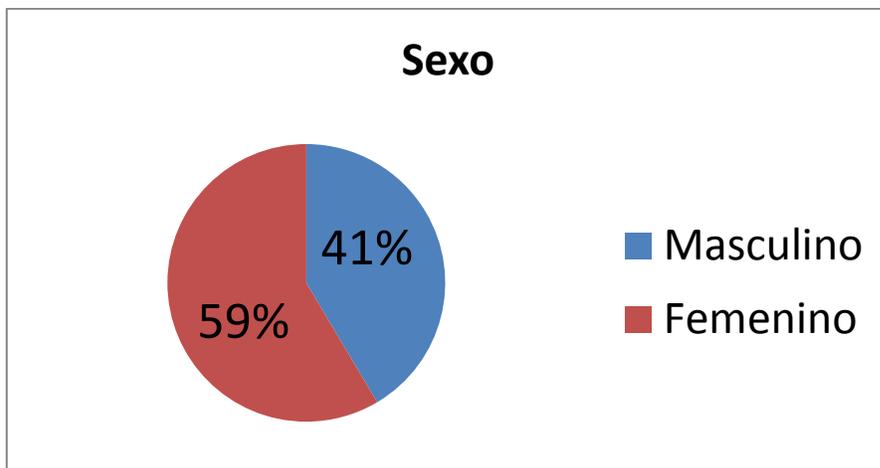
#### 4.1.1.- Tabla I: Área de conocimiento

	Frecuencia	%
Ciencias Empresariales	41	52,3%

Los participantes respondieron un cuestionario donde se recogía, en primer lugar, información sobre sexo y edad, y, se presentaba la escala de autoeficacia emprendedora. Resulta necesario señalar que los participantes desconocían que el propósito del estudio era evaluar específicamente su autoeficacia emprendedora, porque las instrucciones que recibían hacían mención a la evaluación de aspectos relacionados con su formación académica.

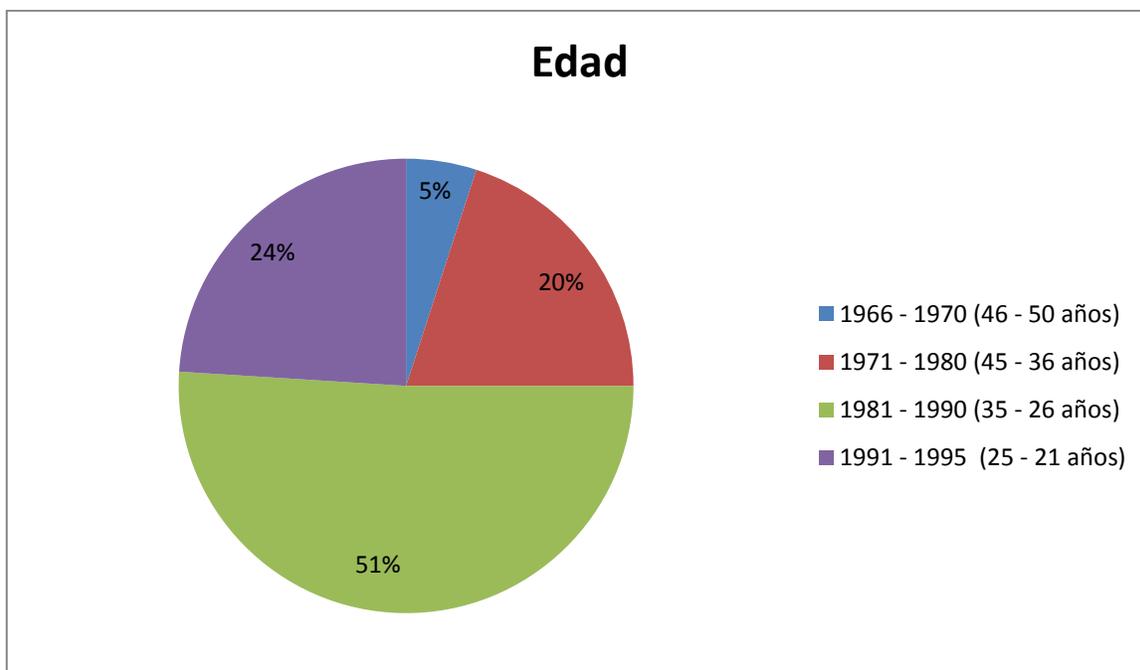
#### 4.2.- Datos de sexo y edad de la población encuestada.

##### 4.2.1.- Gráfico de Género



El siguiente gráfico muestra que los estudiantes encuestados varían entre género femenino y masculino, teniendo mayor representatividad las estudiantes mujeres.

##### 4.2.2.- Grafico Etario:



En el gráfico se muestra el rango de edad del estudiante TUA de la Universidad del Bío Bío donde se aprecia que la mayor parte son estudiantes entre 35 y 26 años de edad (51%), en menor medida se encuentran los estudiantes entre 25 y 21 años (24%) y de entre 45 y 36 (20%), y en un pequeño porcentaje los estudiantes mayores de 46 años (5%)

#### **4.3.- Análisis de las seis sub escalas con que se midió la encuesta:**

##### 1) Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado:

Esta sub escala incluye las preguntas N°3-6-8-12-16, donde los resultados muestran que: Un 89,2% de los encuestados poseen capacidad emprendedora. De estos, son los varones con un 39,99% los que manifiestan mayor tendencia a ser “perfectamente capaz” y un 21,46% ser “capaz”. De desarrollar nuevos productos y oportunidades, Un 49,2% en mujeres, se sienten “capaz” y solo presentan 5,3 % “perfectamente capaz”. El rango etario se da entre 28 y 35 años.

##### 2) Construir un entorno innovador:

Esta sub escala está compuesta por las preguntas N°14-18-19-21, y sus resultados nos indican que el 90,1% de los encuestados posee capacidad para construir un entorno innovador de este grupo son los varones con un 23,78% sobre un 10,4% en mujeres quienes se definen “perfectamente capaz”, pero las mujeres en un 21,3% sobre un 10,4% en varones se definen “muy capaz”. Estos en un rango de edad de 30 a los 32 años. Solo un 9,7 se define incapaz de cumplir con la sub escala.

##### 3) Iniciar relaciones con inversores:

Esta sub escala está compuesta por las preguntas N°2-7-13-23, donde el resultado entrego la siguiente información. Un total de 86,6% se define con capacidad para iniciar relaciones con inversores de este total el porcentaje más alto en varones es de un 23,17% en “perfectamente capaz” y 21,3% en mujeres en

la respuesta “capaz”, El rango etario se sitúa entre los 30 a los 32 años. Solo un 13,4% se considera incapaz de cumplir con el objetivo.

4) Definir el objetivo central del negocio:

Esta sub escala está compuesta por las preguntas N°5-10-20. El resultado arroja que un 93,5% de los encuestados son capaces de definir el objetivo central del negocio en varones el resultado es de un 26,8% en la respuesta “perfectamente capaz” mientras que en las mujeres es de un 21,1% en la respuesta “muy capaz”, el rango etario se sitúa en la media de 31 a 32 años.

En un porcentaje menor 6.5% la respuesta fue incapaz.

5) Afrontar cambios inesperados:

Esta sub escala está compuesta por las preguntas N°1-11-15. El resultado nos indica que un 91% dice ser capaz de afrontar cambio inesperados, hombres 21,3% se sienten “perfectamente capaz”, mujeres 23,5% se considera “capaz”. El rango etario de los encuestados es de 31 a 32 años. Y solo un 8,9% se considera incapaz.

6) Desarrollar los recursos humanos clave:

Esta sub escala está compuesta por las preguntas N°4- 9- 22. Y su análisis entrega el siguiente resultado un 91% se siente, de capaz a perfectamente capaz de cumplir con el desarrollo de los recursos humanos clave. Los mayores valores los encontramos en varones “perfectamente capaz” un 26% y en mujeres, en “muy capaz” y “capaz” un 18,69% lo mismo en ambas respuestas el rango etario se sitúa de los 30 a los 34 años. Y tan solo un 8,9% se define incapaz de cumplir con la sub escala.

#### **4.4.- Conclusión**

Para efectuar este estudio la muestra está constituida por 41 estudiantes, los cuales están recién matriculados en primer año de Técnico en Administración de empresas de la Universidad del Bío Bío:

Rango etario de estos estudiantes es entre 25 y 45 años de edad.

Al analizar los datos arrojados por los estudiantes, ya descritos, se puede concluir que estos según la encuesta aplicada si presentan autoeficacia emprendedora en todas las sub escalas analizadas donde los rangos van de capaz, muy capaz, y, perfectamente capaz.

Solo en las dimensiones: Desarrollar nuevos productos u oportunidades de mercado (89,2%) e Iniciar relaciones con inversores (86,6%) es donde el porcentaje es levemente más bajo sin embargo tampoco es que no presenten en estas preguntas capacidad para resolver las sub escalas que es donde la tendencia analizada va de muy capaz a capaz.

La realización de esta investigación y los resultados obtenidos solo indican que los profesores tienen un significativo número de potenciales emprendedores listos para ser guiados, en lo que podría ser la futuras Pymes de la octava región.

Considerando que los resultados obtenidos en este estudio muestran que la mayoría de los encuestados posee autoeficacia emprendedora por lo tanto una mayor asimilación del riesgo inherente frente al emprendimiento, lo que implica que el sistema cada día irá desarrollando nuevas herramientas que permitan medir la autoeficacia emprendedora dentro de un universo más complejo y variado.

Finalmente se espera que el presente estudio contribuya a estimular la inquietud de seguir ahondando el tema de la autoeficacia emprendedora pues solo investigando es posible conocer la orientación que debe darse a la atención en los

centros de estudio, mejorando la brecha de calidad tan solicitada por nuestros estudiantes.

Finalmente se reitera que esta tesis no concluye se deja abierta ya que los alumnos son de primer año y aun les falta terminar su ciclo de enseñanza para definir los resultados finales.

## Anexos

### Instrumento Utilizado

Si usted tuviera su propia empresa, ¿en qué grado cree que sería capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas?

<b>1</b> <b>Completamente</b> <b>Incapaz</b>	<b>2</b> <b>Algo</b> <b>Incapaz</b>	<b>3</b> <b>Capaz</b>	<b>4</b> <b>Muy</b> <b>Capaz</b>	<b>5</b> <b>Perfectamente</b> <b>Capaz</b>
--	---	--------------------------	--	--

1.	Trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto	1	2	3	4	5
2.	Desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.	1	2	3	4	5
3.	Reconocer nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios.	1	2	3	4	5
4.	Reclutar y entrenar a los empleados clave.	1	2	3	4	5
5.	Establecer la visión y valores de la organización.	1	2	3	4	5
6.	Descubrir nuevas formas para mejorar los productos existentes.	1	2	3	4	5
7.	Desarrollar relaciones con personas clave para obtener capital.	1	2	3	4	5
8.	Identificar nuevas áreas de crecimiento potencial.	1	2	3	4	5
9.	Desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa	1	2	3	4	5
10.	Inspirar a otros a aceptar la visión y valores de la compañía.	1	2	3	4	5
11.	Tolerar los cambios inesperados en las condiciones del negocio	1	2	3	4	5
12.	Diseñar productos que resuelvan problemas corrientes.	1	2	3	4	5
13.	Identificar recursos potenciales de financiación.	1	2	3	4	5
14.	Crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe.	1	2	3	4	5
15.	Persistir frente a la adversidad.	1	2	3	4	5
16.	Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes.	1	2	3	4	5
17.	Formular unas acciones rápidas para perseguir las oportunidades.	1	2	3	4	5
18.	Desarrollar un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer	1	2	3	4	5
19.	Usar antiguos conceptos comerciales de una nueva manera.*	1	2	3	4	5
20.	Determinar si el negocio va bien.*	1	2	3	4	5
21.	Alentar a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados.	1	2	3	4	5
22.	Identificar y construir equipos de gestión.	1	2	3	4	5
23.	Formar asociaciones o alianzas con otros.	1	2	3	4	5

**Tabla 1: Operacionalización de la hipótesis del estudio**

Hipótesis nula	Variables	Nivel de Medición	Prueba
H <sub>01</sub> : Los estudiante hombres del área de las ciencias empresariales no pueden desarrollar autoeficacia emprendedora durante su formación profesional.	<i>Variables predictoras:</i> A = Sexo	A: Nominal	Se utilizará la Regresión Lineal Múltiple para observar la significatividad de la correlación múltiple y de los coeficientes betas correspondientes a cada variable predictoría. Si los coeficientes de determinación es significativo menor a .05 se desacredita la hipótesis nula y se acepta la de investigación
H <sub>02</sub> : Las instituciones públicas de educación superior no entregan mayor desarrollo de auto eficacia emprendedora que las instituciones privadas.	B = Instituciones de educación superior	B: Nominal	
H <sub>03</sub> : La clase media			

<p>no posee mayor autoeficacia emprendedora que los otros estratos sociales.</p> <p>H<sub>04</sub>: Mientras menos años de estudio en la educación superior mayor será la autoeficacia emprendedora.</p>	<p>C = Clasificación socioeconómica del grupo familiar</p> <p>D = Años de estudio en la universidad</p>	<p>C: Ordinal</p> <p>D: Ordinal</p>	
--	---	-------------------------------------	--

**Definición conceptual, instrumental y operacional de las variables** **Tabla N° 1: Operacionalización de Variables**

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Instrumental</b>	<b>Definición Operacional</b>
Sexo	<p>En su definición estricta es una variable biológica y genética que divide a los seres humanos en dos posibilidades solamente: mujer u hombre.</p> <p>Bajo esta perspectiva, sexo es una variable meramente física, producida biológicamente, que tiene un resultado predeterminado en una de dos categorías, el hombre o la mujer. Es una dicotomía con raras excepciones biológicas.</p>	<p>La variable se medirá a través de una encuesta y se solicitará que indiquen el sexo, hombre o mujer</p>	<p>Variable nominal con número de hombres o mujeres</p>
Clasificación socioeconómica del grupo familiar	<p>La clasificación socioeconómica en Chile corresponde a un análisis estadístico de estratificación social que considera diversos criterios, principalmente nivel de estudios alcanzado y nivel de riqueza (tanto respecto a salarios como bienes). El sistema tradicional de clasificación socioeconómica utilizada en Chile se divide en seis grupos. Estos grupos se</p>	<p>Para poder medir la variable se realizará la siguientes interrogante, encierre en un círculo la clasificación del ingreso familiar en:</p> <p>1 ABC1 + \$1.700.000                  2 C2 \$600.000-\$120000                  3 C3 \$400.000-</p>	<p>Variable ordinal con número de estudiantes por GSE</p>

caracterizan de la siguiente	\$500.000
forma, teniendo en consideración	4 D \$200.000-
los datos del censo de 2002:	\$400.000
ABC1: Comprenden a la clase	5 E \$40.000-
alta y está integrada por familias	\$500.000
con alto nivel de ingresos,	6 F menos de
estudios terciarios. El salario	\$40.000
familiar ronda entre los \$	
1.700.000 y los \$ 3.200.000 de	
pesos chilenos.	
C2: Corresponde a la clase	
media alta, integrada en su	
mayoría por familias de ingresos	
sustentables, profesionales en su	
mayoría con estudios superiores.	
Los ingresos van entre los \$	
600.000 y los \$ 1.200.000	
C3: Es la clase media tradicional.	
El jefe de hogar suele haber	
terminado la enseñanza media y	
también muchos han realizado	
algunos estudios superiores. Si	
bien el sueldo no es muy alto (\$	
400.000 a \$ 500.000).	
D: Corresponde a la clase media	
baja. En este grupo, el jefe de	
hogar suele haber llegado a la	
enseñanza media, sin	
necesariamente terminarla. El	
sueldo se eleva levemente sobre	
los \$ 200.000	
E: Alude a la clase baja que	

integra a familias, en su mayoría, pobres y con ingresos cercanos al salario mínimo.

F: Pobreza máxima, el sueldo ni siquiera alcanzan para lo básico. Este grupo suele no ser incluido debido al bajo porcentaje de individuos en esta condición.

Años de estudios en la universidad	Alumnos que ingresando a la superior tanto privadas	vienen recién a la educación públicas como	Encerrando en un círculo indique el número de años en la universidad	Variable ordinal con medida de número de estudiantes por Institución
------------------------------------	---	--	--	--

**Tabla II: Fiabilidad de los Factores y Estadísticos Descriptivos**

Factores originales	Ítems	Alfa	Factores adaptada	escala	Ítems	Alfa	M	DT
1. Desarrollar nuevos Productos	7	.75	1. Desarrollar nuevos Productos		4	.75	3,15	0,63
2. Desarrollar los RR. HH. Clave	3	.61	2. Gestionar los RR. HH.		4	.68	3,35	0,58
1. Iniciar relaciones con inversores	3	.65	3. Iniciar relaciones con los inversores		5	.72	3,21	0,58
3. Construir un entorno innovador	4	.65	4. Construir un entorno Innovador		4	.65	3,35	0,60
4. Afrontar cambios inesperados	3	.48	5. Trabajar bajo estrés		2	.40	3,01	0,77
5. Definir el objetivo central de negocio	3	.53	-		-	-	-	-
<b>Escala total</b>	<b>23</b>	<b>.88</b>			<b>19</b>	<b>.86</b>	<b>3,21</b>	<b>0,46</b>

## Referencias Bibliográficas

- Aguirre, C. y. (2009). Autoestima y Autoeficacia de los Chilenos. *Ciencia y Trabajo*, 111-116.
- Bío, U. d. (13 de enero de 2014). *www.ubiobio.cl*. Obtenido de *www.ubiobio.cl*: <http://postulantes.ubiobio.cl/web.v2/?c=pub&num=39>
- Católica, P. U. (13 de enero de 2014). *www.uc.cl*. Obtenido de *www.uc.cl*: <http://dsrd.uc.cl/indice-de-carreras-y-postgrados/ingenieria-comercial>
- Chile, U. d. (13 de enero de 2014). *www.uchile.cl*. Obtenido de *www.uchile.cl*: <http://www.uchile.cl/carreras/4966/ingenieria-comercial>
- Concepción, U. d. (13 de enero de 2014). *www.udec.cl*. Obtenido de *www.udec.cl*: <http://admision.udec.cl/?q=node/58>
- Descripción de la muestra y su proceso de selección . (2011). *The importance of*. S. F.: S. F.
- educarchile. (14 de enero de 2014). *www.educarchile.cl*. Obtenido de *www.educarchile.cl*: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=75233>
- Eroski Consumer. (7 de octubre de 2012). <http://www.consumer.es>. Obtenido de <http://www.consumer.es>: <http://www.consumer.es/web/es/educacion/universidad/2012/10/07/213649.php>
- Formichella, M. (2004). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON EL DESARROLLO SOCIAL*. BUENOS AIRES: © Copyright 2002. INTA. .
- Gobierno de Chile. (1 de 12 de 2011). <http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl>. Obtenido de <http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl>: [http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/ipos-2012/media/ipos\\_2012\\_pp\\_126-163.pdf](http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/ipos-2012/media/ipos_2012_pp_126-163.pdf)
- Gobierno de Chile. (3 de agosto de 2013). *www.mineduc.c*. Obtenido de *www.mineduc.c*: <http://www.mineduc.cl/usuarios/1234/doc/201310151024490.2012%20OCDEAseguramiento%20C alidad.pdf>
- J., B. (2009). *Manual de Jóvenes Emprendedores*. Lima: Copyright © Organización Internacional del Trabajo.
- Lanero, A. (2011). *Factores sociocognitivos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en la educación superior universitaria, Tesis doctoral, universidad complutense de Madrid, España*. . Madrid: Universidad Complutense de Madrid, España. .
- Lanero, A. S. (2007). La perspectiva cognitiva en el proceso emprendedor.
- Martínez, G. (2011). , (2011), *Ekintzaileak ezagutzen. La intención emprendedora en estudiantes universitarios. El caso de la*. Deusto: Universidad de Deusto.
- Ministerio del Trabajo y Promoción de Empleo, Fondo para el logro de los ODM. (2009). *Manuel Jovenes emprendedores Generan Ideas de Negocio*. Lima: Copyright © Organización Internacional del Trabajo.

Moriano, J. a. (2006). *Adaptación y validación en España de la Autoeficacia Emprendedora*. Madrid: Revista de Psicología Social, 21 (1), pp. 51-64.

Moriano, J. T.-M. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Anales de Psicología*, 171-179.

Primack, D. (14 de octubre de 2013). <http://www.cnnexpansion.com>. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com>: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2013/10/08/joven-antisocial-adulto-emprendedor>

Salvador, C. (2008). Impacto en la Inteligencia Emocional Percibida en la Autoeficacia Emprendedora. *Boletín de Psicología*, 92 , 65-80.

Salvador, C. y. (2009). Autoeficacia Emprendedora en Jóvenes Mexicanos. ¿Cómo afecta la satisfacción vital y la inteligencia emocional percibida? *Interamerican Journal of Psychology*, 268-278.

Sánchez, L. y. (2009). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *revista de Psicología Social Aplicada*, 37-60.

Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora de los estudiantes del area de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco*. Lima : Universidad del Perú.

Wikepea Enciclopedia Libre. (16 de enero de 2014). [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org). Obtenido de [es.wikipedia.org](http://es.wikipedia.org): <http://es.wikipedia.org/wiki/Educac%C3%AD%C3%B3n>