

Universidad Católica de Santa María
Escuela de Postgrado
Maestría en Administración de Negocios



**PREFERENCIAS PROFESIONALES Y HABITOS
EMPRENDEDORES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION
DE EMPRESAS, AREQUIPA 2021**

Tesis presentada por la Bachiller:

Jiménez Barrios, Noelia Araceli

Para optar el Grado académico de

Maestro en **Administración de
Negocios**

Asesor:

**Mg. Ticse Villanueva Edwing
Jesús**

Arequipa- Perú

2021

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
ESCUELA DE POSTGRADO
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR DE TESIS

Arequipa, 24 de Noviembre del 2021

Dictamen: 004189-C-EPG-2021

Visto el borrador del expediente 004189, presentado por:

2017007552 - JIMENEZ BARRIOS NOELIA ARACELI

Titulado:

**PREFERENCIAS PROFESIONALES Y HABITOS EMPRENDEDORES EN ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, AREQUIPA 2021**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

1697 - VARGAS ESPINOZA LUIS
DICTAMINADOR



2346 - MOLINA RODRIGUEZ FREDY NICOLAS
DICTAMINADOR



5691 - SAMALVIDES MARQUEZ ELBERTH HERNAN
DICTAMINADOR



Dedicatoria

A mis tres hijos maravillosos: Camila, Mariana y Elías, que son mi fuerza y mi perseverancia para seguir adelante.

A mi amado esposo que siempre está motivándome para ser la mejor.

A mis padres por su incondicional apoyo.



INDICE

RESUMEN.....	9
SUMARY.....	10
INTRODUCCIÓN	11
HIPÓTESIS	13
OBJETIVOS	13
Objetivo General	13
Objetivos específicos	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
Enunciado del problema.....	14
Interrogantes del problema.....	15
CAPITULO I.....	16
MARCO TEORICO.....	16
1. EL EMPRENDIMIENTO	17
1.1. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO.....	17
1.2. EL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNDO Y EL PERÚ.....	22
1.3. EL EMPRENDEDOR DEFINICIONES.....	28
1.4. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO.....	29
A. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL	29
B. EMPRENDIMIENTO CULTURAL.....	30
C. EMPRENDIMIENTO SOCIAL	30
D. INTRAEMPRENDIMIENTO.....	31
1.5. PROCESO EMPRENDEDOR.....	32
1.6. ETAPAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR	33
a) Gestación.....	33
b) Puesta en marcha.....	34
c) Desarrollo inicial o primeros años	34
1.7. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR.....	34
1.8. RASGOS PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDEDOR.....	37
1.9. RASGOS NO PSICOLÓGICOS.....	39

A)	EDAD Y GÉNERO.....	39
B)	ANTECEDENTES FAMILIARES.....	40
C)	EXPERIENCIA LABORAL.....	41
D)	RECOMENDACIONES DEL GEM PARA EL PERÚ.....	41
2.	PREFERENCIAS PROFESIONALES.....	42
2.1.	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS PREFERENCIAS PROFESIONALES.....	42
	PRIMERA ETAPA (PRE- CIENTÍFICA).....	42
	SEGUNDA ETAPA.....	45
2.2.	ENFOQUES DE LAS PREFERENCIAS PROFESIONALES.....	48
A)	ENFOQUE PSICOLOGICO.....	48
B)	ENFOQUE EDUCATIVO.....	49
C)	ENFOQUE SOCIOECONOMICO.....	49
2.3.	DEFINICIONES DE ORIENTACION VOCACIONAL.....	49
a)	Orientación escolar.....	51
b)	Orientación profesional o vocacional.....	51
c)	Identidad profesional.....	51
d)	Preferencias profesionales.....	52
2.4.	MODELOS TEÓRICOS SOBRE LAS PREFERENCIAS PROFESIONALES.....	53
A)	MODELO DE JHON HOLLAND (1983).....	53
B)	MODELO DE DONAL SUPER (1953 - 1969).....	58
2.5.	INVESTIGACIONES SOBRE PREFERENCIAS PROFESIONALES.....	62
	CAPITULO II.....	65
	METODOLOGIA.....	65
1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	66
2.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	66
3.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	66
4.	VARIABLES.....	66
5.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	67
	Tabla N 2. Cuadro de Operacionalización de variables.....	67
6.	MUESTRA.....	68
7.	INSTRUMENTOS.....	69
8.1.	Escala de Evaluación de hábitos Emprendedores.....	69

8.2. Inventario de Preferencias Profesionales de Pereyra (PPP)	70
9. PROCEDIMIENTOS	70
10. CAMPO DE VERIFICACIÓN	71
a) Ubicación espacial.....	71
b) Ubicación temporal	71
c) Unidades de estudio	71
11. ANÁLISIS DE DATOS	71
CAPITULO III	72
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	72
1. ANÁLISIS DESCRIPTIVOS	73
2. PRUEBAS DE NORMALIDAD	85
3. COMPARACIONES U DE MANN WHITNEY	86
4. CORRELACIONES	92
DISCUSIÓN	94
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS	102
ANEXOS.....	111

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Características de la Persona Emprendedora</i>	36
Tabla 2. <i>Cuadro de Operacionalización de variables</i>	67
Tabla 3. <i>Estadísticos descriptivos</i>	84
Tabla 4. <i>Pruebas de Normalidad</i>	85
Tabla 5. <i>Comparaciones según el sexo</i>	86
Tabla 6. <i>Comparaciones según el negocio actual</i>	87
Tabla 7. <i>Comparaciones según cambio de rubro</i>	87
Tabla 8. <i>Comparaciones según la rentabilidad del negocio emprendido</i>	88
Tabla 9. <i>Comparaciones según el distrito de procedencia</i>	89
Tabla 10. <i>Comparaciones en función del estado civil</i>	90
Tabla 11. <i>Comparación según la universidad de procedencia</i>	90
Tabla 12. <i>Comparaciones en función de las preferencias profesionales</i>	91
Tabla 13. <i>Correlaciones</i>	93

Índice de Figuras

Figura 1.....	32
Figura 2.....	33
Tabla 2.....	67
Figura 3.....	68
Figura 4.....	73
Figura 5.....	74
Figura 6.....	75
Figura 7.....	76
Figura 8.....	77
Figura 9.....	78
Figura 10.....	80
Figura 11.....	81
Figura 12.....	82
Figura 13.....	83

RESUMEN

La presente investigación describe, compara y correlacional las variables de preferencias profesionales y hábitos emprendedores en los alumnos del último año de administración de empresas de la ciudad de Arequipa. La muestra estuvo conformada por 213 estudiantes por la Universidad Católica de Santa María, Universidad Católica San Pablo y la Universidad Nacional de San Agustín. Se aplicó el cuestionario de hábitos emprendedores y el perfil de preferencias profesionales de Pereyra, de manera colectiva en las universidades de origen de los estudiantes. En general se encontró que solo el 14 % tiene un negocio actual y que solo el 30.5% tiene preferencias profesionales por la carrera de administración. En cuanto a las preferencias profesionales por universidad, se encontró que los alumnos de la UCSM, tienen mayor vocación por su carrera (40.5%), en comparación con la UNSA (29%) y la UCSP (20%). Así mismo, los estudiantes que han emprendido un negocio rentable tienen más hábitos emprendedores y existen relaciones positivas entre los hábitos emprendedores, la edad y el profesionalismo.

Palabras clave: Hábitos emprendedores, preferencias profesionales, realismo, emprendimiento.

SUMARY

This research translation compares and correlates the variables of professional preferences and entrepreneurial habits in students of the last year of business administration in the city of Arequipa. The sample consisted of 213 students by the Catholic University of Santa Maria, Catholic University of San Pablo and the National University of San Agustin. The entrepreneurial habits questionnaire and the profile on professional preferences of Pereyra were applied, collectives in the students universities of origin. In general is was found that 14% have a current business and that only 30.5% have professional preferences for the management career. Regarding to professional preferences of Pereyya for university, they have higher level occupation to business administration carrer (40.5%), in comparison to the UNSA (29%) and UCSP (20%). Likewise, students who have started a profitable business have more entrepreneurial habits and there are positive relationships between entrepreneurial habits, age and professionalism.

Keywords: Entrepreneurial habits, professional preferences, realism, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

En nuestro medio, vemos que la mayoría de jóvenes opta por una profesión tomando como criterios de elección, el prestigio de la carrera y las ganancias económicas que ésta pueda conllevar, sin reparar en el hecho de que a veces no se poseen las aptitudes necesarias para desenvolverse en un determinado campo profesional (Arias, 2013).

De este modo, vemos que la administración de negocios o empresas, es una ocupación atractiva para los jóvenes, porque podría alimentar sus expectativas de triunfo, como en el caso de muchos empresarios exitosos que han surgido en base a su emprendimiento, hasta lograr posicionarse en el mercado y conseguir una gran fortuna. A esto se suma que, en muchos casos, quienes optan por estudiar esta carrera, lo hacen pensando en heredar el negocio familiar. Sin embargo, dadas las cifras previas, podemos pensar que quienes estudian administración de empresas, no cuentan con las habilidades adecuadas o la vocación necesaria, para gestionar su propia empresa y terminan siendo subordinados en otras empresas.

Una de estas habilidades, directamente vinculada con la administración de empresas es el emprendimiento, definido como la capacidad de iniciar un negocio y de perseverar en su desarrollo y consolidación (Portocarrero, Mayorga y García, 2010). Ello supone ciertas habilidades de parte del emprendedor, de ahí que se hable del perfil emprendedor (Moriano, Trejo & Palací, 2001). Entre las habilidades de los emprendedores se tiene la autoeficacia (Alegre, 2013), la inteligencia emocional (Arias y Ceballos, 2015), la personalidad proactiva (Solana & Alicia, 2018), etc. Sin embargo, muy pocos estudios han puesto énfasis en las

preferencias profesionales o la vocación como base de las capacidades emprendedoras entre los administradores, que sin quienes desarrollan una actividad laboral directamente vinculada con el emprendimiento.

En tal sentido el fin del presente estudio es de tipo básico cuantitativo, se ha evaluado las preferencias profesionales y los hábitos emprendedores entre los estudiantes de administración del último año de las carreras de Administración de tres universidades de Arequipa, Universidad Católica de Santa María, Universidad Católica San Pablo y la Universidad Nacional de San Agustín, en donde se aplicó dos instrumentos (Perfil de Preferencias Profesionales de José Luis Pereyra y la escala de Evaluación de hábitos emprendedores).

En el capítulo I, se desarrolla el marco teórico, donde analiza de manera sistemática y actualizada la evolución del emprendimiento, el emprendimiento en el mundo y en el Perú, las definiciones propiamente dichas de esta variable, así como los tipos de emprendimiento, el proceso emprender, características y rasgos del mismo. Por otro lado, se ha desarrollado las preferencias profesionales, iniciando con los antecedentes, los enfoques (psicológico, educativo y socioeconómico), así también se ha desarrollado los modelos teóricos de Jhon Holland y el Modelo de Donal Super.

En el capítulo II se expone la metodología la cual se ha empleado en la presente investigación, se explica cómo está conformada la muestra, los instrumentos y los procedimientos para recoger la data.

En el capítulo III se muestran los resultados que se han llegado, desde los análisis descriptivos, la prueba de normalidad, las comparaciones con la U de Mann Whitney y por último las correlaciones entre las variables.

Por último, se encuentra la discusión, las conclusiones y recomendaciones.

El estudio permitirá tomar mayor conciencia en las escuelas de administración de empresas de la ciudad de Arequipa, sobre la relevancia que tiene las capacidades emprendedoras en relación con la vocación profesional de los estudiantes, para que puedan ser profesionales exitosos en su campo de acción.

HIPÓTESIS

DADA la relevancia de los hábitos emprendedores de los alumnos de administración de empresas, ES PROBABLE QUE se relacionen con las preferencias profesionales, con la finalidad de orientar el proceso formativo de los estudiantes de administración sobre la base de datos empíricos productos de la investigación.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar cuáles serán las preferencias profesionales y los hábitos emprendedores en los estudiantes de administración de empresas en los estudiantes del último año de las universidades de Arequipa, y valorar cómo están relacionadas entre sí.

Objetivos específicos

- Identificar las preferencias profesionales de los estudiantes de administración de empresas.
- Analizar el nivel de hábitos emprendedores en los estudiantes de administración de empresas.
- Comparar las preferencias profesionales y los hábitos emprendedores de los estudiantes de administración de empresas, en función de ciertas variables sociodemográficas de los estudiantes, como sexo, edad, y universidad de procedencia.
- Valorar como las preferencias profesionales se relacionan con los hábitos emprendedores.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Enunciado del problema

¿Cuáles serán las preferencias profesionales y los hábitos emprendedores en los estudiantes de administración de empresas en los estudiantes del último año de las universidades más prestigiosas de Arequipa, y cómo se relacionan entre sí?

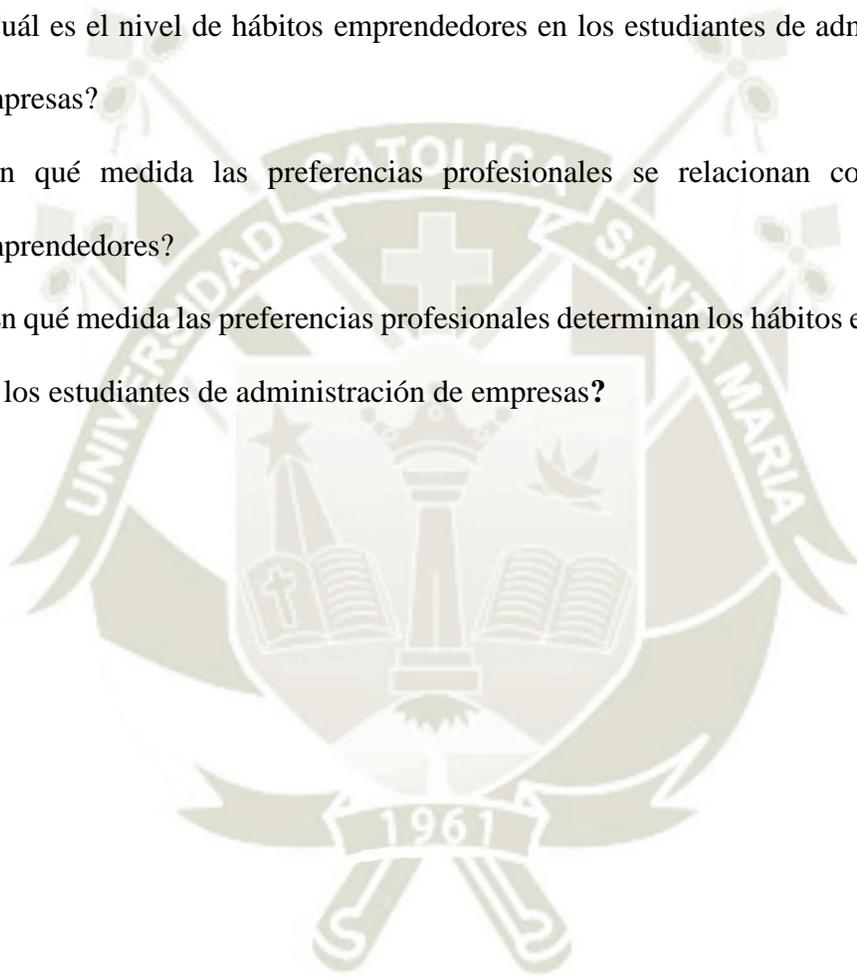
Interrogantes del problema

¿Cuáles serán las preferencias profesionales de los estudiantes de administración de empresas?

¿Cuál es el nivel de hábitos emprendedores en los estudiantes de administración de empresas?

¿En qué medida las preferencias profesionales se relacionan con los hábitos emprendedores?

¿En qué medida las preferencias profesionales determinan los hábitos emprendedores de los estudiantes de administración de empresas?





CAPITULO I

MARCO TEORICO

1. EL EMPRENDIMIENTO

1.1. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO

Con el paso del tiempo los conceptos y términos se van enriqueciendo, es por ello que iniciaremos la siguiente definición etimológica del emprendimiento, posteriormente se realiza un análisis sobre su evolución y su concepto actual.

El termino emprendimiento proviene de la palabra *entrepreneur*, *enterprise* y *entreprendre*, los verbos provienen del francés, los cuales significan coger, atrapar y tomar.

Inicialmente en los años 1030 y 1095 se usó el término “emprender”, su significancia fue el de “tomó”, dicho término corresponde a los escritos aragoneses; para el siglo XIII, es donde Gonzalo de Berceo introduce el termino emprendimiento con distintos significados, uno de ellos es “engendrar”, y en segundo plano “tomar”.

Posteriormente para el siglo XVI, este término fue utilizado por las expediciones militares, capitanes que reclutaban tropas mercenarias los cuales se pusieron al servicio de príncipes, ligas o ciudades; en este contexto lo que caracterizo el termino emprendimiento fue iniciativa, el que aborda una conquista, el ser valiente y arrojo, por lo tanto dicho concepto hace referencia a todo tipo de aventureros; igualmente sucede en los siglos XVI y XVII, donde se refiere a los aventureros que viajan por el Nuevo Mundo, buscando una nueva oportunidad sin pensar en lo que les deparaba el destino, en ese sentido el termino *entrepreneur*, vendría a significar pionero.

Ahora bien por primera vez la palabra *entrepreneur*, hace referencia a los constructores, arquitectos de obras públicas donde asumen contrato de construcción, estos significados se atribuyen a las actividades empresariales, las cuales hacen énfasis en el conocimiento y no en el capital para realizar la iniciativa, todas estas significancias son incluidas en el diccionario: *Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots François, tant vieux que modernes & les termes des sciences et des arts de Antoine de Furetière* (1609-1688) (Azqueta, 2017). Así mismo estas interpretaciones fueron realizadas por economistas franceses.

Para 1755 el economista francés Richard Cantillon en su texto *Essai Sur la Nature du Commerce en General*, introduce el término “*emprendimiento*” a la literatura económica basado en tres diferentes clases de actores: El individuo que se caracteriza por comprar productos a precios conocidos para revenderlos a nuevos precios, generando una ganancia, este primer actor podría considerarse emprendedor.

Seguidamente el riesgo y la incertidumbre forman la clave para el éxito, por lo que los emprendedores exitosos son aquellos que se enfrentaron al riesgo y a la incertidumbre más que su competencia (Moya y Santana, 2016), así mismo Cantillon estima que, el *entrepreneur* es una persona de negocios, donde conoce sus gastos, mientras que sus ingresos son inciertos, ya que la demanda es desconocida (Suárez & Vásquez, 2015).

Es así que Cantillón llega a la presente definición de entrepreneur: “Agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener allí un nuevo producto” (Crissien, 2009, p. 76). Hace referencia también que los agentes, desconoces un retorno seguro; mientras la persona emprendedora es quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Formichella, 2004).

Por otro lado, Jaques Turgot y Baron Laune (1727- 1781), afirman que los riesgos son asumidos por los emprendedores y respaldados por su capital de trabajo, dicho aporte lo encontramos en su obra: *Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza*. Dentro de la obra nombrada distinguen cinco usos del capital que brindan distintos tipos de ganancias: a) compra de tierras, b) invertir en la agricultura, c) la industria, d) el comercio y por último f) préstamo a intereses (Rodríguez, 2009). Para 1821 Jean Baptiste Say determino que el emprendedor debía de organizar, reunir y coordinar los recursos económicos, trabajadores, habilidades, educación y capital desde las pequeñas áreas de producción a las grandes áreas de productividad y alta rentabilidad, todas estas funciones incurren en riesgo independiente si la persona cuenta o no con un capital de trabajo, donde el emprendedor es el que reúne y coordina dichos recursos (Suárez y Vásquez, 2015).

Es así que un emprendedor está caracterizado por ser guerrero arriesgado o el que planifica estrategias para obtener éxito, en este sentido Frank Knight, define al emprendedor como una persona que asume la responsabilidad de pronosticar las necesidades del consumidor, así también le da una dirección y una regulación técnica. Es un tomador de riesgo (Tarapuez, Zapata y Agreda, 2008).

Más adelante Joseph Schumper (1930) nos habla sobre el proceso de la Destrucción creadora, este concepto hace referencia a que la innovación es importante para la economía del mercado, donde los nuevos productos destruyen a las antiguas empresas y/o modelos de negocios. Este autor señala que el emprendedor es la persona extraordinaria con la idea de negocio, es el innovador, es el que pone las ideas en un plano real. Así también plantea que la competencia en el entorno es un proceso dinámico, la cual no permitirá un equilibrio estático, ya que siempre será interrumpido por las innovaciones futuras, evitando la monopolización (Suárez y Vásquez, 2015).

Otro autor que nos habla sobre la innovación es Peter Drucker en 1985 donde plantea que el emprendedor es una conducta y no un rasgo del carácter, afirma que “cualquiera que pueda ser capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador”. Así también el emprendimiento es teórico y no intuitivo, por lo tanto, no es un rasgo de la personalidad, si no un rasgo característico de una persona u organización. Por otra parte, Howard Stevenson discrepa ante el concepto antes nombrado, puesto que señala que el hecho de crear una empresa, no es suficiente para considerarlo como emprendedor, sino más bien se debe buscar la oportunidad para crear un negocio y crear riqueza, así también rescata la importancia de innovar, no solo en el producto sino también en la gestión u organización, producción, entre otros procesos.

Este autor hace una diferencia entre empresarios exitosos versus los ejecutivos exitosos, el primero tiene una cultura emprendedora donde su estado es más dinámico, la coordinación es importante, antes que la propiedad de los recursos, esta persona tiende a ver o crear la oportunidad donde otras no la ven, su actuar es de corto plazo y acepta riesgos razonables y en el segundo caso la persona tiene una cultura administrativa, donde su estado es estático, jerárquico y estratégico, su actuar es en el tiempo y minimiza el riesgo (Formichella, 2004). Otro factor importante es el comportamiento de los empresarios, según William Baumol (1990) el emprendedor debe ser más que un organizador y un innovador, deberá de agregar nuevas fuentes de recursos, métodos de mercado y estructurar una nueva organización (Bucardo, Saavedra & Camarena, 2015).

Dentro de cada organización habita un soñador, imaginativo, son los que tienen una idea en mente y buscan hacerla realidad, son innovadores, comprometido con la organización, este postulado corresponde Gifford Pinchot el cual utilizo el término “espíritu empresarial” para hacer referencia a la persona que puede ser el pilar dentro de las grandes empresas, ya que esta persona es quien puede hacer que una idea se desarrolle comercialmente, haciendo que la empresa crezca, esas personas son llamadas intraemprendedores. Scott Kundel también resalta la idea de los emprendedores independientes y que mucho de ellos son colaboradores que pueden gestionar, innovar en un producto, en los procesos productivos o en la estructura de la empresa (Formichella, 2004).

1.2. EL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNDO Y EL PERÚ

El emprendimiento hace alusión a la capacidad de emprender, es decir, de llevar adelante una obra o un negocio. Ello implica sortear muchas dificultades luego de haberse planteado metas claras. La persona que inicia un negocio o crea una pequeña empresa por su propia cuenta se conoce como emprendedora. Esta cualidad es muy importante pues el emprendedor suele abrirse paso frente a la adversidad, una cualidad muy bien valorada en el mundo de los negocios en épocas de crisis (Portocarrero, Mayorga & García, 2010).

En el Perú, el emprendimiento ha sido investigado entre estudiantes universitarios con la finalidad de valorar sus cualidades para emprender un negocio y su perspectiva de empleabilidad futura (Loli, Dextre, Del Carpio, Jara, 2010; Loli, Aliaga, Del Carpio, Vergara & Aliaga, 2011), sin embargo, en los empresarios o micro empresarios no ha sido investigada, generando un vacío conceptual, en cuanto a los aspectos determinantes del emprendimiento y el éxito empresarial. En Colombia, se ha determinado que la capacidad emprendedora tienen ciertos rasgos, tales como locus de control interno, autoeficacia, personalidad proactiva y un alto nivel de propensión al riesgo (Sánchez, 2010).

En España los factores que motivan el emprendimiento se dan por la oportunidad o por la necesidad, en la primera se da por el aumento en sus ingresos o por ganar independencia y en el segundo caso se da por no tener un empleo o para mantener sus ingresos. El desarrollo de emprender crea dos tipos de personas:

- a) **Activos:** son personas con iniciativa, autoconfianza, en busca de poder y de no ser manipulados reduciendo la incertidumbre, apoderándose de su deseo de emprender un negocio.
- b) **Pasivos:** Son personas autoritarias, no se apropian de su negocio, tienen pocas relaciones, enfrentan menos el control de sus vidas y de su entorno.

El hecho de perder el trabajo, estar desempleado o insatisfecho son factores determinantes para el emprendimiento.

Otro factor es el cultural, donde está involucrada la familia, así también como el ganar el reconocimiento social, independencia y sobresalir ante otras personas que iniciaron algún negocio (Morales, Bustamante, Vargas, Pérez y Sereno, 2015).

A nivel mundial tenemos al Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que se encarga de investigar la actividad emprendedora, este proyecto se inició en 1997, tiene como objetivo proporcionar información confiable y comparable que permite estudiar la relación entre emprendimiento y crecimiento económico (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, Morales, 2017).

Dentro de estas investigaciones el GEM identificó tres componentes principales del emprendimiento en Nicaragua, los cuales son: actitudes, actividades empresariales y aspiraciones. Para el primer componente evalúa individualmente las actitudes, las percepciones o intenciones emprendedoras y si estas están relacionadas con las oportunidades, autoeficacia, miedo al fracaso y espíritu empresarial a través de otros miembros de su red; el segundo componente son las actividades empresariales: tiene como foco el ciclo de vida del proceso

emprendedor, donde influye el grado en donde una persona compromete sus recursos para iniciar nuevas actividades en el negocio, este concepto quiere decir que las empresas son muy variables en el sector industrial, tamaño de la organización fundadora, antigüedad de la empresa, edad, educación, género y características demográficas; y por último las aspiraciones empresariales: señala las ambiciones de la actividad empresarial, se considera a los emprendedores innovadores, con expectativas de crecimiento y con internacionalizar su producto; lo que sorprende es que una vez que haya logrado sus objetivos, la organización inicia con la creación de un nuevo producto sin miras de crecimiento (Amador y Briones, 2017).

Por otro lado GEM indica que una persona inicia un emprendimiento por necesidad (generar sus propios ingresos, para poder subsistir o porque la persona se encuentra sin empleo o por las condiciones laborables como colaborador), por oportunidad (deseo de aprovechar la oportunidad o satisfacer sus aspiraciones personales); por otro lado en los países de Georgia, Jamaica, Brasil y Eslovaquia inició un negocio más del 40% por necesidad, un panorama distinto muestran los países como: Belice, Arabia Saudita, Perú y Letonia donde más del 40% inicia un negocio por oportunidad.

Asia también la TEA (Tasa de Emprendimiento temprana) ubica al Perú en el puesto cuatro con mayor actividad emprendedora donde su economía está basada en la eficiencia, su valor alcanzó el (25. 1%), frente a Ecuador (31. 8%), Belice (28. 8 %), Colombia (27.4 %) y Chile (24.2 %) (Serida et al, 2017); en cuanto a las regiones del Perú se ha encontrado que donde existe mayor emprendimiento

propio es en la sierra y en la selva, en cuanto al género las mujeres muestran mayor tasa de emprendimiento, ello podría deberse a la creciente incorporación de la mujer al mercado laboral, lo que le permite ganar experiencia laboral, acumular capital financiero, las frustraciones y por ultimo recibir un trato no igualitario; por otro lado en los departamento del Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Cuzco, Huancavelica, Junín, San Martín y Ucayali no se encuentra gran significancia de emprendimiento por género, por lo que podríamos decir que las mujeres de la costa ligeramente presentan un mayor grado de emprendimiento que aquellas mujeres de la sierra y selva.

En cuanto a la edad se encontró que en Ica a medida que aumenta la edad, hay mayor probabilidad de iniciar un negocio, ello se debe por la experiencia acumulada, mayor habilidad y conocimiento lo que permite encontrar rápidamente una oportunidad de negocio; así también en Tumbes el hecho que el jefe de hogar tenga la dirección y el control sobre los recursos del hogar le permite generar un emprendimiento (León, 2018).

En la educación se encontró que en Colombia las personas con bajos niveles educativos emprendieron por necesidad más no por oportunidad; en México (Graña Montero) el emprendimiento se dio por necesidad, esto se debe por el gran desempleo que existe en dicha región (Serida, et al, 2017).

Desde el punto de vista sociológico, el reconocimiento social, las condiciones laborales, las necesidades de mejora en su puesto de trabajo son condiciones que predisponen el emprendimiento; también otro aspecto social es el de la familia, el

cual es el aprendizaje previo o las experiencias vividas en el entorno familiar, el sistema de valores, orientaciones societales, entre otros, los cuales pueden incentivar o inhibir el emprendimiento.

Ahora bien, tratando de explicar la actitud y acción emprendedora nos lleva a la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1987 - 1988), dicha teoría indica que los factores determinantes para la intención emprendedora se ejercen en el entorno familiar, educativo, laboral, en definitiva, en lo social, en otras palabras, el entorno familiar o grupos de referencia son los modelos que predicen la intención de crear una empresa (Ortiz y Millán, 2011).

Es así que, para crear y gestionar una empresa exitosamente debemos tener en cuenta las competencias necesarias que conlleva la creación de esta.

Según Portocarrero, Mayorga y García (2010, p. 63), las pequeñas y micro empresas deben tener las siguientes competencias:

Capacidad de comunicación fluida y empática, iniciativa y capacidad de tomar decisiones en situación normales o de riesgo, resolver problemas, actuar en función de valores, obtener, interpretar y establecer prioridades en la información demostrando dominio y actualización necesaria para la empresa, desarrollar métodos de trabajo sistemático, orientar los esfuerzos hacia la maximización de recursos, tener vocación por el ahorro y la inversión, planteándose metas de crecimiento.

De esta manera podemos reducir las altas tasas de mortandad los cuales están presentes en los cuatro o cinco primeros años de vida (Messina y Hochsztain, 2015).

Dentro de los empresarios establecidos según el GEM, las personas entre 18 y 64 años, que poseen un negocio en pleno funcionamiento, pagando remuneraciones a sus empleados, teniendo proveedores y siendo propietarios por más de tres años y cinco meses o 42 meses, son muy importantes ya que estos emprendedores contribuyen a la sostenibilidad del país. Por otro lado, la ratio que presenta el Perú es de (0.24), esto quiere decir que por cada 100 emprendimientos en etapa temprana 24 se encuentran estables, para el año 2014, (Serida, et al, 2017), para el año 2018 esta ratio aumento a (0.30), esto quiere decir que actualmente 30 emprendimientos se encuentran estables sobre un total de 100 (Serida, Guerrero, Alzamorra, Borda y Morales, 2018).

Para Rosero y Molina (2008), un aspecto muy importante es la intención, donde señala que la intención de la persona representa lo que yo puedo y no puedo desempeñar como conducta atinada, por lo tanto, las condiciones individuales pueden favorecer o desfavorecer las oportunidades que se presentan y actuar acertadamente para lograrlas.

1.3. DEFINICIONES DE EMPRENDIMIENTO

- Knight (1921), persona que asume inversiones inciertas; su característica principal es el bajo nivel de aversión al riesgo.
- Schumpeter (1942), el emprendedor es líder y su principal característica es el proceso de destrucción creativa esencial para el capitalismo.
- McClelland (1961), asume que el emprendedor tiene ciertas cualidades, capacidades o comportamiento como por ejemplo: fijarse metas, ser perseverante, tener iniciativa, asumir riesgos, tener autoconfianza y buscar información, está debe ser similar al cumplimiento, independientemente de la actividad que realicen, su nivel socioeconómico, ubicación, raza, sexo o religión.
- Davids (1963) el emprendedor es el creador de un nuevo negocio.
- Draheim (1972), define a la actividad emprendedora como un acto de creación de una nueva organización en un mercado antes inexistente; así también indica que la persona creadora de la empresa tiene acciones en la compañía y su intención es crecer y prosperar, ir más allá de ser un autoempleado.
- Hayek (1979), el emprendedor es hábil en captar y utilizar la información para captar oportunidades generando beneficio.
- Brockhaus (1980), es el único principal propietario y gestor de la empresa.
- Hull, Bosley y Udell (1980), el emprendedor es la persona que organiza y dirige la empresa asumiendo los riesgos para generar beneficios, tiene como propósito la expansión de la empresa.

- Begley y Boyd (1989), argumenta otras ideas de Knight, las características esenciales de un emprendedor de éxito son: creatividad, adaptabilidad, conocimiento tecnológico, la visión del futuro, el liderazgo, conocimiento organizativo de gestión, tomador de decisiones rápidas, actuar rápidamente en entornos cambiantes e inciertos, integridad personal, educación y bagaje cultural.

En la actualidad vemos que la persona emprendedora es aquella que tiene la sensibilidad de detectar una oportunidad de negocio, captar y movilizar recursos externos para generar utilidad, incluso en circunstancias adversas, es intuitivo, imaginativo, creativo, innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir el riesgo y está orientado al crecimiento.

1.4. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

A. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL:

Este tipo de emprendimiento inicia cuando una persona desarrolla un proyecto o idea de negocio, que le pueda generar ingresos para poder cubrir los principales gastos de él y de su familia. Este tipo de persona al ser su propio jefe, puede disponer de su tiempo y tomar sus propias decisiones, además lo lleva a desarrollar ideas innovadoras para poder tener otras alternativas cuando se presenta un momento difícil.

B. EMPRENDIMIENTO CULTURAL:

Se encuentra vinculado a la transmisión de cultura y arte, representan sectores que combinan la producción y comercialización de bienes y servicios de carácter cultural, protegiendo el derecho de autor, estas incluyen: edición impresa y multimedia, producción cinematográfica y audiovisual, industria fonográfica, artesanía y diseño; así también en otros países incluyen a la arquitectura, artes plásticas, artes de espectáculo, deportes, manufactura de instrumentos musicales, publicidad y el turismo cultural. El emprendimiento cultural es también llamado como industrias culturales, industrias creativas, industrias de futuro o industrias de contenido.

C. EMPRENDIMIENTO SOCIAL:

Este tipo de emprendimiento se caracteriza por elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas dedicadas a la superación de una dificultad social y/o ambientales sobre los incentivos económicos; tiene como objeto principal la creación de valor, el cual indica que son las acciones que tienen un impacto positivo en un grupo o sociedad.

Este tipo de emprendimiento está compuesto por tres componentes: a) La innovación, es generar un nuevo producto o mejoramiento de la calidad de uno ya existente, crear un nuevo método de producción, generar un nuevo

mercado, acceder a nuevas materias primas y/o crear un nuevo tipo de organización industrial, b) el riesgo como segundo componente, este surge con aventureros con la promesa de generar lucro o prometiendo un trabajo donde asumen labores peligrosas o riesgosas y c) la Proactividad, es una característica necesaria, la persona deberá de ir mas allá en cuanto a su propia labor, demostrar mayor perseverancia y afrontamiento de obstáculos.

Así también podemos afirmar que el principal motivo del emprendimiento social es aumentar el bienestar del otro; esta motivación está relacionada con la conducta de ayuda, desprendimiento (Bargsted, 2013).

D. INTRAEMPRENDIMIENTO:

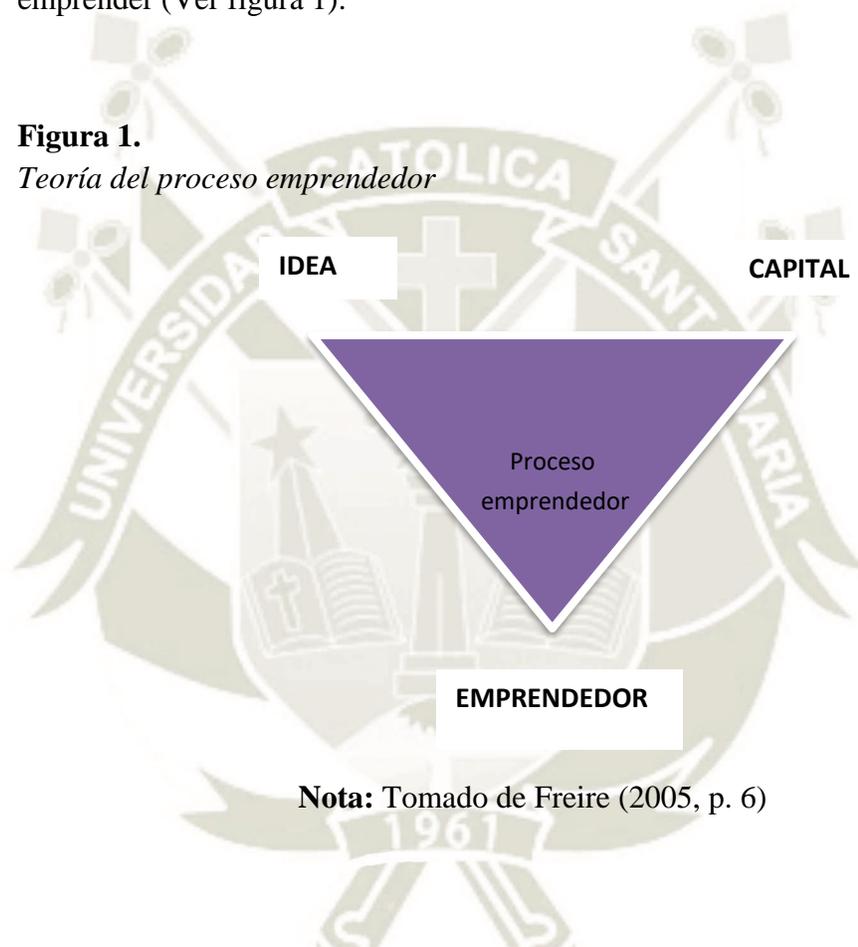
Es la persona que al encontrarse en el interior de la empresa decide perseguir oportunidades, desviando de lo que habitualmente hacen para generar nuevos productos, servicios, mercados, técnicas administrativas y tecnológicas para las funciones organizacionales, por lo que algunos autores lo denominan como: “el rejuvenecimiento de una organización existente”.

Por otro lado, aunque el intraemprendedor pueda ser tomador de decisiones en nombre de terceros (propietarios), tiene baja capacidad de juicio y tiene acceso limitado a los recursos de la organización (Trujillo y Guzmán, 2008).

1.5. PROCESO EMPRENDEDOR

Andy Freire propone la teoría del triángulo invertido para el proceso emprendedor, en la que combina tres componentes: la idea, el capital y el emprendedor (Ver figura 1).

Figura 1.
Teoría del proceso emprendedor



Nota: Tomado de Freire (2005, p. 6)

Según Freire (2005), para que un negocio sea exitoso se debe de contar con la combinación del proceso innovador, es decir: idea, capital y emprendedor; si el emprendedor no realizó una buena gestión, no consiguió capital o el proyecto emprendido no era el adecuado, el negocio no será prospero. Por lo tanto, es importante que los tres componentes se integren de forma armónica. Y sobre todo tener un espíritu emprendedor.

1.6. ETAPAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Figura 2.

Etapas del proceso emprendedor.



Nota: Elaboración Propia.

Según Kantis (2004), las etapas del proceso emprendedor comprenden tres etapas, la primera es la gestación, la segunda es la puesta en marcha y, por último, el desarrollo inicial. Los cuales se explicarán a continuación.

- a) **Gestación:** Para la primera etapa, se realiza una autoevaluación donde identifican las motivaciones personales para emprender y para prepararse como emprendedor, así también se decide sobre cuál de todas las ideas de negocio se pondrá en marcha.

- b) Puesta en marcha:** El emprendedor decide firmemente sobre iniciar su emprendimiento, cuenta con los recursos necesarios para comenzar con su negocio, dentro de ellos encontramos al: capital, colaboradores, materias primas, instalaciones, entre otros.
- c) Desarrollo inicial o primeros años:** Es la etapa más difícil del emprendedor por lo que debe realizar esfuerzos para posicionarse en el mercado y hacerlo crecer.

1.7. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Los emprendedores son quienes mentalizan una simple idea convirtiéndola en una empresa, por lo tanto, se debe de fortalecer el espíritu emprendedor que se encuentra en cada uno de ellos y que es lo que los motiva a continuar con su carrera profesional.

Dentro de las características que diferencian a un emprendedor de un gerente típico, es aquel que asume el riesgo de manera calculada, tiene capacidad de innovación, cambio, transformación y mejoramiento; por lo cual necesitan un gran esfuerzo propio, una energía interna que lo motive más allá de los límites (Hidalgo, 2014).

Por otra parte muchos investigadores se preguntan si los emprendedores nacen o se hacen; por lo que algunos autores señalan que las personas con una mayor formación y mayor número de experiencias profesionales se encuentran más orientados a emprender (Gómez, Martín, Rodríguez y Saboia, 2004), por otro lado

se pueden situar en el otro extremo como algo innato o algo de construcción; no sabemos a ciencia cierta si nacen o se hacen por lo que muchos autores tienen sus propias conclusiones; con lo que si podemos contribuir es con los valores indispensables del espíritu emprendedor tenemos a: la creatividad, autonomía, confianza, tenacidad, sentido de responsabilidad, capacidad de asumir riesgo y el liderazgo, los cuales pueden crear un ambiente propicio para generar y desarrollar el emprendimiento, generando riqueza y creando empleo.

De acuerdo con Sánchez Almagro (2003, citado por Alcaraz, 2011), los emprendedores tienen una serie de características que las distinguen de las demás; a continuación, en el siguiente cuadro podemos apreciar dichas características:

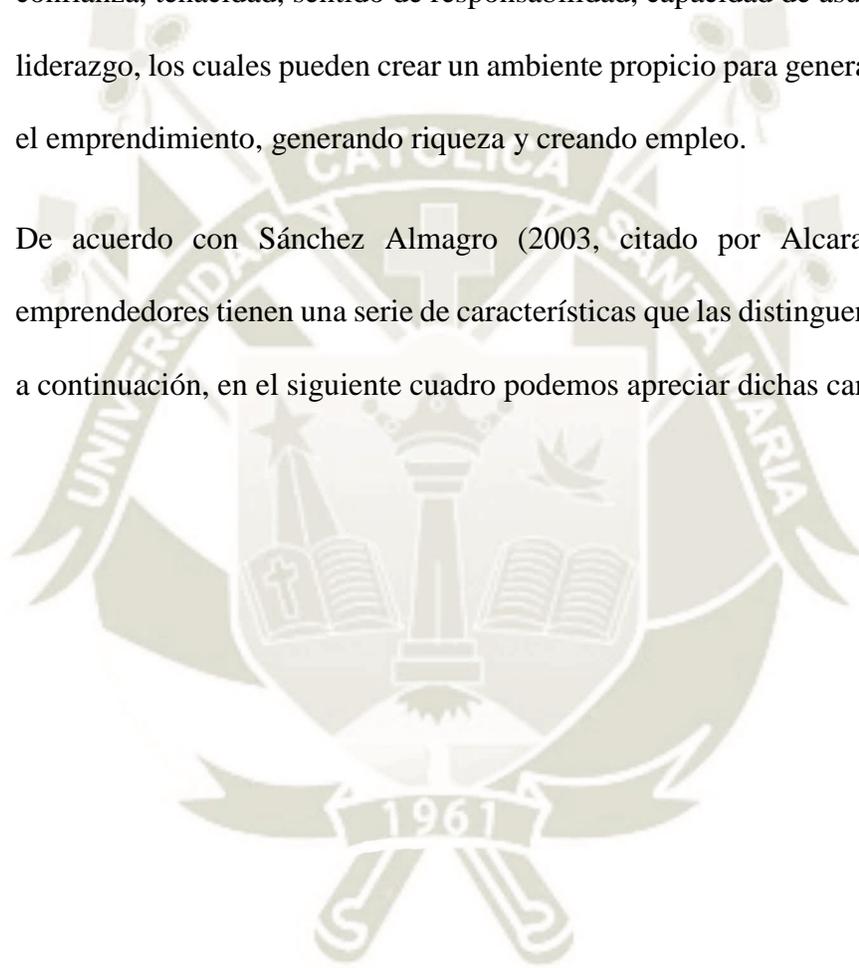


Tabla 1.

Características de la Persona Emprendedora

Factores Motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesidad de logro. ▪ Necesidad de reconocimiento. ▪ Necesidad de desarrollo personal. ▪ Percepción del beneficio económico. ▪ Baja necesidad de poder y estatus. ▪ Necesidad de independencia. ▪ Necesidad de afiliación o ayuda a los demás. ▪ Necesidad de escape, refugio o subsistencia.
Características personales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iniciativa personal. ▪ Capacidad de decisión. ▪ Aceptación de riesgos moderados. ▪ Orientación hacia la oportunidad ▪ Estabilidad emocional/autocontrol ▪ Orientación hacia metas específicas ▪ Locus de control interno (atribuyen a él mismo sus éxitos o fracasos). ▪ Tolerancia a la ambigüedad/ incertidumbre. ▪ Es receptivo en sus relaciones sociales. ▪ Posee sentido de urgencia/ tiempo valioso. ▪ Honestidad/Integridad/y Confianza. ▪ Perseverancia/ Constancia. ▪ Responsabilidad personal ▪ Es individualista ▪ Es optimista
Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Energía ▪ Trabaja con ahínco
Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versatilidad/flexibilidad ▪ Creatividad/imaginación /innovación ▪ Búsqueda de la verdad e información. ▪ Planificación y seguimiento sistemático de resultados. ▪ Capacidad para analizar el ambiente (reflexión). ▪ Visión comprensiva de los problemas. ▪ Capacidad para solucionar los problemas. ▪ Planificación con límites de tiempo
Características generales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo ▪ Orientación hacia el cliente. ▪ Capacidad para conseguir recursos. ▪ Gerente/administrador de recursos. ▪ Patrón de factores de producción. ▪ Exige eficiencia y calidad. ▪ Dirección y gestión de la empresa ▪ Red de contacto ▪ Comunicación

Nota: Tomado de Alcaraz, 2011, p. 3.

1.8. RASGOS PSICOLÓGICOS DEL EMPRENDEDOR

Como lo mencionamos anteriormente la escuela clásica (Cantillón, 1931) hace énfasis en que el emprendedor tiene una capacidad única para reconocer las oportunidades que se le presenta. Para Ripsas en el año 1998 reúne doce características donde el emprendedor es el que, a) asume el riesgo asociado a la incertidumbre, b) provee de capital financiero, c) es innovador, d) es tomador de decisiones, e) líder industrial, f) es un directivo o superintendente, g) organiza y coordina los recursos económicos h) es el propietario de la empresa, i) empleador de los factores de producción, j) es un árbitro y por último es un asignador de recursos delante de las alternativas de uso.

Otra característica importante son los valores del emprendedor: honestidad, el deber, la responsabilidad, y la ética. Son varios los estudios en los que se encuentra que los empresarios son socialmente responsables, éticos comparados con los demás ciudadanos (Saboia y Martin, 2006).

Otro investigador que buscó un perfil psicológico del emprendedor fue McClelland en 1961, especifico los atributos del emprendedor; originalidad-innovación, moderada aversión al riesgo, planificación a largo plazo, aceptación de sus responsabilidades y conocimiento de los resultados de sus actos. Otros atributos a los cuales se encuentra relacionados, son la autoconfianza, necesidad de logro, creatividad, optimismo y autonomía (Fuentes y Sánchez, 2010)

Ahora bien analizando con más profundidad sus características de los emprendedores, la motivación al logro hace referencia a “sobresalir”, que se encuentra relacionado con luchar por el éxito; con más profundidad esta definición se encuentra en la Teoría de las Necesidades por McClenlland, afirma que las personas que tienen altos niveles necesidad de logro, poseen fuerzas impulsoras que les activa el deseo de hacer mejor las cosas con criterio de existencia y eficacia, buscando siempre la responsabilidad en su desempeño y sobre todo éxito, no por suerte, estas personas soportan tareas moderadas para así también afrontar riesgos moderados (Robbins, 2009).

En la siguiente característica tenemos al control interno donde Rotten en 1966 describe la creencia generalizada de una persona que puede controlar su propio destino; Rotten afirma que un individuo que tiene control interno lucha con más fuerza para conseguir sus objetivos a diferencia de los creen en su destino.

En cuanto a la propensión al riesgo, para Atkinson (1957), afirma que la persona identifica oportunidad de negocio; el emprendedor necesita adoptar conductas arriesgadas, asumiendo que, a mayor riesgo, mayor será la recompensa y su satisfacción se encuentra en la dificultad de la tarea, sus objetivos son alcanzables con el propósito de tener el control de una posible falla futura.

Por otro lado, cuando hablamos de propensión al riesgo, se debe tener en cuenta que no se está hablando directamente de riesgos financieros; si no también de daños psicológicos, que puede traer frustraciones, decepciones, desmoralización, desaliento, pesimismo para perseverar (López, Montilla y Briceño, 2007).

1.9. RASGOS NO PSICOLÓGICOS

A) EDAD Y GÉNERO

El GEM para el periodo 2016, se encontró diferencias marcadas en cuanto a la edad en la etapa temprana del emprendimiento en los países que basan su economía en recursos, su edad oscila entre los 25 y 34 años, en cambio los países que basaron su economía en la innovación tienen una similar medida entre jóvenes y adultos (18 a 54 años).

Para el año 2017, se reportó una ligera mayor cantidad de emprendimiento en las mujeres que en los varones en los países de Egipto, Taiwán, Chipre, Turquía, debido a las costumbres y culturas que limitan a la mujer en dichos países; por otro lado, en Perú, España y Ecuador no hay una mayor diferencia de género en cuanto al emprendimiento.

Ahora bien, en cuanto a su motivación los emprendedores más jóvenes se encuentran motivados por la oportunidad, en cambio los adultos se encuentran motivados por la necesidad.

Dentro de los sectores que prefieren emprender las mujeres se encuentra el sector consumidor: personas y familias que consumirán el producto ofertado (tiendas minoristas, restaurantes, bares, hospedajes, centros de salud, instituciones educativas, servicios de recreación, etc.), este segmento representa el 72.8%, 17,7% sector transformación, 5.3% servicios empresariales y 4.1% extractivo. A diferencia de los hombres que su concentración de emprendimiento se basa en la orientación al

consumidor 54%, transformación 28.3%, servicios empresariales 12,1% y extractivo 5.7% (Serida, et al, 2017).

B) ANTECEDENTES FAMILIARES

Otro determinante del emprendimiento son los familiares, para hablar de esta relación que existe entre los antecedentes familiares y el emprendimiento iniciaremos con teoría del aprendizaje que nos sugiere que una persona aprende cuando observa, escucha lo que les ocurre a otros por medio de la experiencia directa.

Es así que la familia juega un rol fundamental para el emprendimiento, ya que existe una experiencia previa de negocios familiares, por lo que aprenden a conocer los posibles riesgos, beneficios y habilidades críticas para la apertura de un nuevo negocio (Chávez, Álvarez, Rosas y Sánchez, 2017).

Desde años anteriores autores como Rossenblatt en 1985 afirmaron que es más probable que una persona emprenda un negocio si sus parientes anteriormente gestionaron un negocio, por otro lado donde un emprendimiento se ha desarrollado de manera satisfactoria y exitosa es relacionado un alto estatus social, este logro genera orgullo en este sentido las personas se encontraran motivadas positivamente hacia la actividad emprendedora positiva, rechazando el ser colaborador en otra empresa; por lo contrario si se fracasaría, la vergüenza minimiza la energía emocional, pero no influye en la pertenecía del grupo, por lo que conduce a pensar que la familia y los amigos son un apoyo (económicos, experiencia, relaciones con otra personas o instituciones, entre otros (Santamaría, Moreno, Torres y Cadrazco, 2013).

C) EXPERIENCIA LABORAL

Ahora bien, se describe a continuación las diferencias entre emprendedor, empresario o espíritu emprendedor:

- **Empresario:** Los atributos como la anticipación, imaginación, inteligencia, tomar decisiones, organizar y tomar riesgos son rasgos comunes de los empresarios. Por otro lado, término empresario tiene otras significancias como factor de producción, coordinador y afinidad con el equilibrio, líder carismático, innovador, factor de crecimiento económico, etc.
- **Emprendedor:** Las características de los emprendedores es la orientación al futuro, seguridad, deseo de independencia, realización; también una característica importante es la necesidad que tiene el empresario sobre el negocio, habilidades como: concebir, planificar y desarrollar exitosamente su nuevo negocio.

D) RECOMENDACIONES DEL GEM PARA EL PERÚ

Por último, el GEM desde el año 2016 a la fecha tiene como recomendaciones, mejorar las políticas de estado explícitas en el desarrollo o fomento del emprendimiento, en si es crear una entidad autónoma con capacidad técnica y especializada para generar y promocionar nuevos emprendimientos la cual debe tener una visión conjunta con las instituciones gubernamentales. Así también debería de haber una legislación que fomente y beneficie la inversión privada,

otro factor importante es adecuar las normas tributarias y laborales para emprendedores durante los primeros años de la empresa.

En cuanto a la educación se debe impulsar desde la etapa escolar donde se les dé la oportunidad de crear productos y de mejorar su entorno incluso con otras tecnologías.

Y por último darles facilidades de financiamiento, sobre todo la creación de fondos concursables para la financiación de nuevos proyectos que puedan ser competitivos a nivel regional o global (Serida, et al, 2017; 2018).

2. PREFERENCIAS PROFESIONALES

2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS PREFERENCIAS PROFESIONALES

La orientación profesional se puede dividir en dos etapas: la primera etapa es la precientífica y la segunda etapa es la orientación profesional como actividad científica, donde la industrialización, la escolarización, la revolución científica y el capitalismo tienen un importante aporte hasta la fecha; a continuación, se describen ambas etapas.

PRIMERA ETAPA (PRE- CIENTÍFICA)

Está constituida por aportes mágico, filosófico, antropológico y religioso los cuales aportaron la concepción del hombre y de la organización social en las cuales se caracterizaron por el consejo y ayuda en la selección de la vocación.

La orientación vocacional del mundo antiguo:

La orientación profesional era de tipo filosófico, trataba esencialmente de ayudar. Dentro del adoctrinamiento de ese entonces Sócrates tenía como discípulos a Platón y Antístenes, y sobre todo Platón también se le atribuyeron otros discípulos; dentro de este círculo se orientó el aprendizaje de oficios o profesiones que se necesitaban para el puesto de trabajo, en ese tiempo no se encontraba otro lugar donde pudieran aprender acerca de sus oficios, solo el taller el cual aprendían de los maestros de oficio (Llerena 2011).

Dentro los años (427-347) en Grecia, Platón afirmaba que era importante la especialización en el trabajo y la selección de los hombres; es así que propone que los hombres debían dividirse en tres clases: artesanos, guerreros y gobernantes; otro filósofo (Cicerón en 104 al 43 D.C.) señala que se debe de diferenciar los intereses, creencias, habilidades, conocimiento y carácter de las personas.

Por su parte Santo Tomás de Aquino, reconoce la importancia de la orientación, aporta sugerencias para encaminar una enseñanza basada eficaz en conocimiento y desarrollo de las potencialidades humanas.

Para el siglo XIV, los vanguardistas educadores como: Guarino de Verona, Vittorino Da Feltre y Erasmo, coinciden en afirmar que los estudiantes tienen distintos intereses y diferente forma de aprender; este concepto es clave para los posteriores años ya que el estudio de la educación se formalizará (Callata, Morales y Arias, 2017).

En cambio, en las sociedades agrícolas las habilidades y el aprendizaje de las profesiones eran heredadas, es así que las mismas familias eran tradicionales y se encontraban involucradas, la enseñanza se transmitía de padres a hijos.

Para la edad media estuvo marcada por los conflictos entre los maestros, oficiales y maestros, surgiendo la orientación del aprendizaje de los oficios, lo que llevo a que el aprendizaje se simplificara enseñando acciones básicas, gestos o repetición en los oficios (Llerena, 2011).

Posteriormente el renacimiento se caracterizó por ser empirista y por todos los cambios en la propia concepción humana. Posteriormente en el siglo XV, se desarrolló el comercio, incremento la producción y las ciencias, originando la división del trabajo manual e intelectual, lo que diferencio a los empresarios de los productores directos. Por la misma revolución de ese momento que se vivía, permitió que el estado sea un mediador entre las necesidades del aparato productivo y las exigencias de la formación de los pobladores, de esta manera se crearon los niveles de enseñanza para los distintos niveles sociales.

Posteriormente a finales del siglo XVI, Juan Huarte, médico español escribió en 1575 el primer tratado de orientación educativa llamado “Examen de ingenio para las ciencias”, dicho tratado explica y enfatiza la importancia de las diferencias individuales y las aptitudes de las personas (Callata, Morales y Arias, 2017).

Debido a esta importancia es que se le da una gran importancia a la educación.

Es así que en la Revolución Francesa la educación se basó en los intereses económicos; en el siglo XIX la revolución industrial tiene un problema socio

laboral por lo que la explotación, la inmigración y la supresión de puestos de trabajo propicio el surgimiento de la orientación vocacional por lo que las personas encontraron puestos de trabajo, sintiéndose cómodos y contentos con los mismos, mejorando la eficacia.

Por otro lado, Rosseau y Emilio fueron dos figuras muy importantes porque, introdujeron los tipos de ocupaciones con un prisma psicológicos y Pestalozzi donde a partir de la observación se enviaron cartas a los padres de familia los resultados de los alumnos de sus ocupaciones (Llerena, 2011).

SEGUNDA ETAPA (Finales del siglo XIX hasta nuestros días)

Por las condiciones sociales y económicas que se vivían en ese tiempo la orientación vocacional surge como una actividad científica, así también la influencia de la industrialización, el desarrollo de un sistema capitalista de producción, de la organización del trabajo y de la escolarización permitieron que se extienda hasta nuestros tiempos.

Para el siglo XIX, en Europa, se preocuparon por disminuir los riesgos de accidentes laborales así como la prevención de enfermedades profesionales dentro del campo de la medicina, dichos estudios serían de gran importancia ya que gracias a ellos la psicotecnia surge como una disciplina específica, ello se inicia con Hugo Münsterberg, este autor señala que mediante la aplicación de la psicometría puede adaptar a la persona al trabajo, para ellos se hicieron investigaciones sobre el desempeño para el puesto laboral, capacidades humanas y destrezas necesarias para realizar algún trabajo.

Por otro lado en el siglo XV en los Estados Unidos Parsons es considerado como el padre de la orientación vocacional por ser el que más se refiere a la etiología del término orientación, ahora bien, la palabra vocación proviene del latín *vocare*, lo que significa llamado o acción de llamar, hacia algún fin o destino; con el tiempo este término cambió por lo que la vocación se entiende como una realización personal; así también orientación proviene del verbo latino *orien-entis* (lugar por donde sale el sol) o guiarse por el este (Callata, Morales y Arias).

Otro autor el cual introdujo el primer programa de orientación vocacional y moral en la escuela (secundaria) es J. S. Davis en el año 1900.

Posteriormente Parsons fundó el primer Buró de Orientación Vocacional el cual servía para asistir a jóvenes que necesitaban ayuda para su elección de profesión. El gran compromiso que tenía Parsons permitió ayudar a todos los inmigrantes que llegaban a Estados Unidos para encontrar un trabajo iniciando un movimiento de la reforma social la cual permanecieron Parsons y Davis, así como el de la Psicometría/ psicotecnia, construyendo factores de gran peso en el surgimiento de la orientación vocacional hasta hoy en día (Llerena, 2011). Para 1908 Parsons abre sus puertas para ser el director de la oficina vocacional de Boston; en Chicago William Healy funda el *Juvenile Psychopathic Institute of Chicago*, realizando orientaciones a jóvenes marginales en términos ocupacionales, más que psicoterapia.

Para 1909 Parsons publica los escritos póstumos de la relación entre el trabajo motivado y los caminos de su logro; así también organizaron el primer congreso norteamericano de Orientación Vocacional y posteriormente en Boston.

Luego en 1911, la universidad de Harvard dicta el primer curso de orientación vocacional, a cargo de Meyer Bloomfield, cronológicamente en 1913 donde se funda la Asociación Nacional de Orientación Vocacional en *Grand Rapids*.

En 1938, se crea dentro de las oficinas de Educación de los Estados Unidos, el Servicio de Información y Orientación Profesional, el cual se encuentra a cargo de Harry Jager.

Posteriormente en 1939, se edita el diccionario llamado *Dictionary of Occupational Titles*.

Para 1946, John Brewer edita la primera Historia de la Orientación Vocacional. Así también existe una ley en el año 1951, llamada Ley *George-Barden* que utilizo los fondos federales para la orientación vocacional.

Y por último en 1946, se funda la asociación Americana de Asesoramiento y Orientación Estudiantil.

Podemos afirmar que la orientación nació en su país de origen como una actividad profesional ligada a varias disciplinas como: educación, psicología, sociología, psiquiatría (Di Doménico y Vilanova, 2000).

Ambas etapas fueron muy importantes para poder describir la evolución de la orientación vocacional.

Por lo tanto, se puede decir que la orientación vocacional es la orientación psicotécnica en donde se oriente a la persona para que pueda elegir inteligentemente su ocupación, oficio o profesión.

Por otro lado, podemos hacer las siguientes preguntas; de cómo, por qué y para que elegir una profesión; debemos saber cuál será nuestra elección, por lo tanto, en ese sentido definimos a la orientación vocacional, como el proceso de asistir personalmente a una persona en la elección de su ocupación, preparación para la misma, inicio y desarrollo de la vocación.

2.2. ENFOQUES DE LAS PREFERENCIAS PROFESIONALES

A) ENFOQUE PSICOLOGICO

La orientación vocacional debe ser óptima y adecuada para poder desarrollar nuestras mejores aptitudes, intereses y de no cambiar la estructura de la personalidad, al ser el trabajo muy importante en la vida de las personas, se espera que sea gratificante y fructífera más no que produzca una insatisfacción, frustración y conflictos que pueda generar un gran desequilibrio en la persona, por lo tanto la orientación vocacional es muy importante y debe ser una prevención de posibles enfermedades mentales o de estrés, ya que un trabajo ansioso, tedioso, fatigante, con condiciones inadecuadas o si la persona está sujeta a tensiones psicológicas, puede producir muchos problemas más adelante.

B) ENFOQUE EDUCATIVO

Se inician desde la primera experiencia de la persona y se consolida con el colegio, las experiencias que el alumno pasa, viven y el asesoramiento que se tiene en la escuela son muy importante para consolidar y definir sus intereses vocacionales de acuerdo a sus actitudes, capacidades y su proyecto de vida (Checya y Arias, s/f), para evitar la deserción. Al mismo tiempo es importante que la educación pueda modificarse en función de las necesidades de la sociedad.

C) ENFOQUE SOCIOECONOMICO

La orientación vocacional debe dar la información adecuada de los puestos de trabajo, así también cuáles serán sus posibilidades de desarrollarse profesionalmente, el campo y el trabajo de las distintas profesiones, que le permitirán elegir lo más adecuado de acuerdo a sus intereses, necesidades, formación y personalidad.

2.3. DEFINICIONES DE ORIENTACION VOCACIONAL

La orientación vocacional se ha definido de distintas formas, a continuación, se conceptualizará y se diferenciará los tipos de orientación vocacional.

Para (Ojer, 1976, p. 143, citado por Arias, Delgado y Ceballos, 2019), “la vocación es una inclinación creciente hacia la profesión, que tiene como base un interés vital, del sujeto sea intelectual, ético, social, etc., así como la conciencia de su posibilidad de satisfacer dicho interés”.

Así también Bejar (1993, p. 22) define a la orientación vocacional como “un proceso ayuda a los individuos en su elección y preparación para la realización satisfactoria de una opción o profesión”.

Ahora bien, los principales autores que conceptualizaron este término son Holland, Super, Bisquera, Husen y Robert:

Holand (1985, citado por Bejar, 1993, p. 22), considera que “los individuos, a la hora de elegir una profesión o trabajo, se dejan llevar por los estereotipos ocupacionales visión generaliza de una población sobre algunas carreras de su entorno social resultantes la popularidad o prestigio social que ofrecen algunas profesiones”.

Super (1957), “la orientación vocacional pretende ayudar a que la persona elabore un concepto adecuado de sí mismo, y de su papel en el trabajo”.

Bisquera (1990), “la orientación no es un proceso puntual, sino continuo en el tiempo, no se dirigen solo a personas con necesidades especiales, sino a todo el mundo y tiene como objetivos: el desarrollo de la persona, la prevención de toda índole; se interviene a través de programas”.

Husen, “el origen familiar y el estrato social en que se nace son las variables que mayor explican el éxito profesional alcanzado, Husen llego a esta conclusión debido a que realizo una investigación en jóvenes suecos”.

Robert (1988), “señala que la conducta vocacional, se reduce a la oportunidad de poder trabajar, y niega la libertad de elegir” (Galilea, 2005, p. 2).

Así también la orientación vocacional es definida de distintas maneras:

a) Orientación escolar

La orientación es considerada como un proceso educativo que tiene como objetivo ayudar al alumno a confrontar dificultades que surgen al encarar las exigencias del medio escolar y encontrar soluciones satisfactorias a sus problemas de aprendizaje, este es un proceso continuo de asesoramiento, básicamente es en relación con las actividades de aprendizaje (Molina, 2004).

En este sentido la orientación es un acto centrado en la pedagogía.

b) Orientación profesional o vocacional

Según (Álvarez, 1995, p. 36, citado por Molina, 2004)

Es un proceso sistemático de ayuda, dirigida a todas las personas en periodo formativo, de desempeño profesional y de tiempo libre, con la finalidad de desarrollar en ellas aquellas conductas vocacionales que los preparen para la vida adulta, mediante una intervención continua y técnica, basada en los principios de prevención, desarrollo e intervención social, con la implicación de los agentes educativos y socio profesionales.

c) Identidad profesional

Abarca dos componentes de la orientación vocacional los cuales son: la asunción de la subjetividad personal como la construcción de la propia identidad, y el conocimiento de la realidad social, laboral, educativa económica e histórica, que permite la comprensión de la profesión en un momento. Así también la identidad profesional integra tanto a la vocación profesional como a la historia de la profesión (Arias, Delgado y Ceballos, 2019).

La identidad profesional para Holland se construye desde la infancia, a través de la exploración y el juego, como también el rol social que se desarrollan y consolidan en la adolescencia y la juventud.

Otra propuesta teórica muy importante es la de Marcia que hasta hoy es uno de los modelos más importantes; Marcia (1966-1980) señala que la noción de la identidad es como una organización interna autoconstruida y dinámica de impulsos, habilidades, creencias e historia individual, la cual puede variar de acuerdo a la edad y las experiencias vividas de la persona encontrándose en constante desarrollo. Este modelo implica los estatus independientes muy característicos de la adolescencia, donde la capacidad de elección del adolescente pasa por un periodo de crisis, busca explorar alternativas existentes durante una etapa de toma de decisiones y el compromiso como las opciones escogidas, luego opta por una alternativa y se adhiere a esta (Castro, 2015).

d) Preferencias profesionales

Abarca un conglomerado de gustos o varias posibilidades, superando en extensión el concepto de interés vocacional, añadiendo un deseo o atracción hacia determinadas actividades profesionales, como una proyección de la persona hacia el futuro, pensando en desempeñarla en un futuro relativamente próximo.

Es orientar a los alumnos hacia la elección de los estudios y selección de la carrera profesional.

De acuerdo a lo definido anteriormente, podemos decir que las preferencias profesionales se encuentran dentro del término orientación vocacional o que parte directamente de este término.

2.4. MODELOS TEÓRICOS SOBRE LAS PREFERENCIAS PROFESIONALES

Es de gran importancia empezar a teorizar los distintos autores en el tiempo, de los cuales se pueden observar distintos puntos de vista que trabajaron sobre los conceptos de preferencias profesionales, así mismo proporciono los conceptos básicos y resúmenes sobre los siguientes modelos más destacados.

A) MODELO DE JOHN HOLLAND (1983)

El presente autor corresponde a una de las teorías más sólidas de la orientación vocacional, áreas ocupacionales y estereotipos profesionales

Ello incluye a la vocación, que según Holland (1985), dependerá de la personalidad del individuo, así como del trabajo elegido, y parte del supuesto que los sujetos prefieren trabajar en aquellos lugares que les permitan ejercitar sus destrezas y capacidades, expresar sus actitudes y valores, y enfrentar problemas de su agrado. En consecuencia, Holland (1996) plantea que los ambientes de trabajo presentan ciertas características que son compatibles con determinados rasgos de personalidad, lo que se manifestará en la presencia de preferencias vocacionales mejor definidas. Estos rasgos de personalidad, fueron identificados por Holland (1985) en seis tipos: Realista, Investigador, Artista, Social,

Emprendedor y Convencional, por lo que su modelo, es conocido como RIASEC (Béjar, 1993).

Tanto los ambientes de trabajo como los tipos de personalidad están estrechamente relacionados con respecto a que la persona buscará un ambiente ocupacional de acuerdo a su personalidad. Podemos decir que los tipos de personalidad crean ambientes con ciertas características en común por lo cual se desarrollaron y adaptados instrumentos para medir la vocación y los tipos de personalidad (Martínez y Valls, 2008).

Esta teoría se presenta con la finalidad de explicar la conducta vocacional, favoreciendo tanto el logro profesional como la satisfacción profesional, en ese sentido Holland realizó diversas aportaciones en la psicología vocacional a lo largo de cuatro décadas, estas contribuciones se realizaron a nivel mundial.

Los principios de esta teoría son:

- a) La elección de la una vocación es la elección de la personalidad.
- b) Los inventarios de intereses pueden ser considerados como inventarios de personalidad.
- c) Los estereotipos de vocacionales poseen significados psicológicos y sociológicos confiables e importantes.
- d) Los individuos de una misma vocación tienen personalidades e historias similares de desarrollo personal.

- e) Debido a que las personas de un mismo grupo vocacional tienen personalidades similares, responderán a diversas situaciones y problemas de manera similar y crean ambientes interpersonales característicos.
- f) La congruencia entre la propia personalidad y un ambiente apropiado de trabajo va a suponer un determinante en la satisfacción, la estabilidad y el logro vocacional (Martínez y Valls, 2008, p. 192).

Por otro lado, cada persona es única, por lo tanto, su tipo de personalidad es producto de la interacción de la herencia y una serie de factores culturales y personales, cada persona se desempeña de manera única en sus tareas y deberes, por lo que termina prefiriendo una clase de trabajo, ello se inicia desde edades tempranas como la niñez, sus preferencias termina siendo parte de sus intereses personales y luego posteriormente van desarrollando capacidades especializadas (Béjar, 1993). Es por ello que el acompañamiento en la época escolar es muy importante ya que las experiencias que vive y el asesoramiento que recibe en la escuela son importantes para definir su orientación vocacional de acuerdo a sus aptitudes, capacidades y su proyecto de vida.

Posteriormente el alumno debe recibir apoyo de su familia para que puedan enfrentar el estrés en la etapa universitaria (Checya y Arias, 2018).

Ahora bien, a continuación, se describen las tipologías según Holland:

- **Realista:** Son las personas que prefieren actividades u ocupaciones laborales donde implique un orden, actividades concretas, de manera sistemática, donde se utilicen herramientas, instrumentos en sí busca

solucionar problemas. Le desagrada o evita la realización de actividades de tipo educativas o terapéuticas, padece de habilidades educativas o sociales relaciones humanas. Tiene estima por el dinero, el poder y la posición social.

- **Investigador:** Tienen preferencia por actividades científicas orientada hacia la observación, meditación y la investigación de fenómenos físicos, biológicos y culturales para comprenderlos y controlarlos. Utiliza sus habilidades de investigación para resolver problemas en el trabajo y otros medios. Se considera erudito e introvertido, confía en su intelecto, tiene capacidad en las matemáticas y deficiencia en el liderazgo (biólogo, geólogo, físico). Rechaza las actividades sociales y rutinarias.
- **Artístico:** Tiene preferencia por las actividades ambiguas, libres, desorganizadas que implica la manipulación de materiales físicos, verbales o humanos, para crear formas o productos artísticos (escritor, decorador de interiores, actor), esta conducta lleva a la adquisición de habilidades artísticas: lenguaje, arte, música, teatro, literatura. Evita los problemas que exigen esfuerzo físico. Utiliza su capacidad artística para solucionar sus problemas, se considera: expresivo, original, intuitivo, femenino, no conformista, introspectivo, independiente, desordenado y con capacidad artística musical.

- **Social:** Es aquella persona expresiva, intuitiva y creativa. Sus experiencias de la persona social, permite que prefiera actividades vinculadas con el manejo de otras personas (capacidades interpersonales y educativas) a la que pueda informar, educar, curar o servir de guía, y sentir rechazo por actividades explícitas, ordenadas y sistemáticas relacionadas con el uso de materiales, instrumentos o máquinas. Se consideran personas dispuestas a ayudar a otro y entenderlo, con capacidad de enseñar y falta de habilidad mecánica y científica. Aprecia actividades y problemas tanto sociales como éticos (profesor, psicólogo, orientador).
- **Emprendedor:** Posee liderazgo, intuición y es estratégico en sus acciones e ideas (vendedor, ejecutivo). Prefiere actividades relacionadas al manejo de otras personas, para lograr sus fines organizativos o beneficios económicos; no posee habilidades de tipo científicas (observación, simbólicas y sistémicas)

Prefiere situaciones u ocupaciones arriesgadas en las que pueda desarrollar sus ocupaciones preferidas y evita las actividades que requieran situaciones científicas u ocupacionales. Tiene capacidad verbal orientada al negocio.
- **Convencional:** Prefiere realizar una actividad organizada y más tradicional como por ejemplo el trabajo en la oficina, es una persona

explícita, ordenado, sistemático de los datos, como por ejemplo llevar archivos, tomar notas, reproducir materiales, organizar datos escritos y números de acuerdo a un plan prescrito, trabajar con máquinas de oficinas y de procesamiento de datos. Se considera conformista, ordenada y con capacidad numérica y secretarial. Valora mucho el logro de sus negocios y el económico (cajero de banco, bibliotecario). Evita las relaciones sociales y el esfuerzo físico.

B) MODELO DE DONAL SUPER (1953 - 1969)

Según Super, para poder orientar a una persona en el momento de la elección vocación, es importante conocer primero su ciclo vital (Arias, Delgado y Ceballos, 2019); desde su nacimiento hasta los 24 años.

Cada persona inicia un periodo de auto diferenciación progresiva, desde ese momento se origina su auto concepto que se va concretando con el tiempo, ya que la persona se va inclinando hacia ciertas actividades, cuando llegue el momento la persona escogerá su carrera u ocupación, es decir que el autor plantea que la toma de decisiones no es un evento, sino que se da a lo largo de su vida. A este proceso es llamado Proceso de Desarrollo Vocacional o Desarrollo del Concepto de sí mismo. Otro factor importante es la madurez vocacional que es representada por la congruencia entre el comportamiento vocacional individual y la conducta vocacional esperada.

En síntesis, podemos decir que este autor la elección vocacional está constituida por eventos que dan a lo largo de su vida; así también la elección vocacional sigue modelos generales que responden a la etapa de donde se encuentra ubicada la persona, este modelo tiene un enfoque psicológico, físico y social, los cuales interactúan y constituyen la vida de la persona.

Etapas del proceso de desarrollo vocacional

Etapa de Crecimiento (0 a 14 años): El niño crece en los ambientes (escuela, hogar, vecinos) y adquiere habilidades, intereses y valores, lo aprenden por los modelos identificados.

Sub etapas:

- **Fantasia:** va desde el nacimiento hasta los 11 años de edad, el niño domina sus necesidades y la representación fantástica de roles; esta etapa se caracteriza por la ausencia de objetividad en las interpretaciones, reconocimiento que estudian o trabajan cuando sean adultos, les atrae las ocupaciones que generan poder.
- **Interés:** Desde los 11 a 12 años, aparición de los gustos por ciertas preferencias vocacionales, los cuales e van diversificando hasta transformarse en un interés o actitud compuesta por dimensiones afectivas, cognitivas y conductuales.
- **Capacidades:** Desde los 13 a 14 años de edad, la persona se pregunta para que es bueno, predominan vocacionalmente las aptitudes y habilidades (Chacón, 2003).

Etapa de Exploración (15 a 24 años): ocurre el momento de la elección vocacional, que consiste en dos procesos: elaborar una imagen del tipo que la persona piensa que es y en tratar de hacer ese concepto realidad. Ahora bien, es necesaria la confirmación del auto concepto, ya que es una de las elecciones de mayor trascendencia de la persona.

Sub etapas:

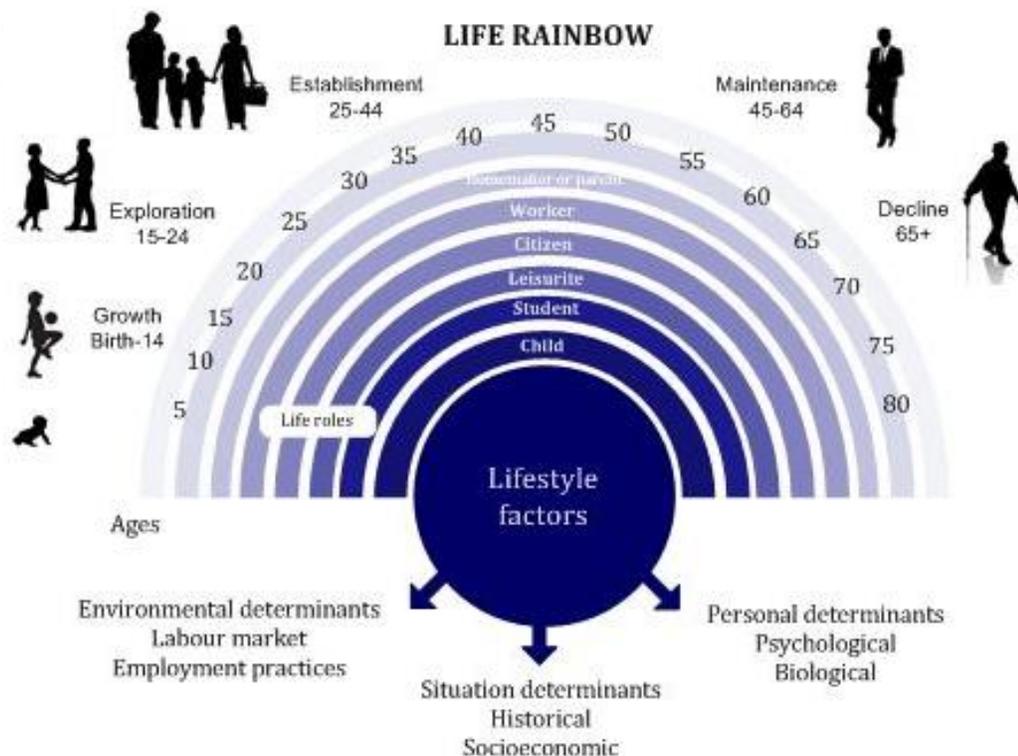
- Elecciones tentativas: Desde los 15 a los 17 años de edad. Se consideran las necesidades, intereses, capacidades y las oportunidades, para iniciar el proceso de orientación vocacional.
- Transición: De los 18 a los 21 años, se establece un cambio, ya que el alumno ingresa a la universidad, asumiendo una adultez joven y dejando atrás la adolescencia, el cual produce un cambio en cultural o de contexto.
- Ensayo: Va desde los 22 a los 24 años de edad, la persona busca ser aceptado por el sistema en el que se desenvuelve, comienza a pensar en su trabajo e inicia con sus primeros trabajos, provenientes de su grado superior (Bulgarelli, Rivera y Fallas, 2017).

Etapa de Establecimiento (25 a 44 años): La persona busca estabilidad laboral, mantiene su empleo y busca la realización de varios aspectos de su vida.

Etapa de Mantenimiento (45 a 64 años): La persona alcanza la estabilidad en el campo laboral, posee estatus y el tipo de vida que ha estado ideando.

Etapa de Decadencia (65 años a más): Es la etapa más corta y donde la persona llega al término de las funciones laborales debido al desgaste físico, habilidades y destrezas que ha tenido el individuo (Villa, 2010).

Representación de las etapas del proceso del desarrollo vocacional



2.5. INVESTIGACIONES SOBRE PREFERENCIAS PROFESIONALES

En el Perú se han realizado distintas investigaciones sobre las preferencias profesionales, en distintas carreras. A continuación, se hará una descripción breve de los estudios de las preferencias profesionales en la ciudad de Arequipa y en el Perú.

En la carrera de Matemática de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, se tomó una muestra de 68 alumnos, se aplicó el perfil de preferencias profesionales de Pereira, y se encontró que sus carreras más predominantes fueron: Administración (12.23 %), nutrición (11.76%), Física (10.29%), contabilidad (8, 82 %), economía, arquitectura y matemática suman un (5.88%), y el (17. 64) obtuvo una clara vocación indefinida.

Se podría pensar que estos resultados se deben a que la carrera de matemáticas es sumamente práctica y muy amplia para ser utilizada en diversas ciencias, por lo que las carreras de contabilidad, arquitectura y matemática, economía también podrían tener una relación con su carrera. Así también se encontró que los varones son más realistas y las mujeres más artísticas (Checya y Arias 2018).

En otro estudio realizado en una universidad privada de Arequipa, se evaluó la identidad profesional y las preferencias profesionales la muestra es de 31 alumnas, se encontró que el 62 % de las alumnas tienen una preferencia por su carrera, mientras que un 23% no tiene definida su preferencia profesional. En cuanto a la aplicación del perfil de preferencias profesionales no se encontró datos significativos, los que más se acercan son la dimensión social, investigación y

realista. Por otro lado, podemos encontrar que el 45.1% definió a su carrera como un arte, 35,5% una profesión y el 19,4 una ciencia (Arias, Ceballos, Isasa y Tapia, 2016).

Un estudio previo en la Universidad Católica San Pablo sobre la identidad profesional y las preferencias profesionales en estudiantes de la escuela profesional de administración de negocios, se encontró que el 27 % de dicha carrera tienen una preferencia por su carrera profesional de un total de 117 alumnos. En cuanto a la apreciación de su carrera se encontró que el 32.5% le dieron una puntuación de ocho sobre diez por el gusto con respecto a su carrera, el 17.1% su puntuación fue de 9 y por último un 22.2% le dio un 10 de puntuación, lo que significa que los alumnos se sienten satisfechos con su carrera lo que es muy bueno encontrándose en los últimos semestres de su carrera.

En cuanto a las dimensiones de Holland se encontró las dimensiones de las preferencias profesionales Realista, Artística, Social, Emprendedor y Convencional con los porcentajes de la media 20.29%, 19.73%, 19%, 23.5% y 20.39% respectivamente. Ello significa que el perfil de los estudiantes de administración combina con las habilidades emprendedoras, así como Convencional y Realista (Callata, Morales y Arias, 2017).

Por último, se evaluaron las preferencias profesionales en las carreras de Ingeniería civil, Ingeniería Industrial, Ingeniería electrónica, Telecomunicaciones y Ciencias de la computación en una universidad privada de Arequipa; el total de la muestra fue de 422 alumnos.

Se encontró que las dimensiones con más alto puntaje: Investigación, Realismo y emprendimiento con el 21.379%, 21.180% y 20.582 respectivamente.

En cuanto a las opciones vocacionales se encontró que sus preferencias profesionales para los de ingeniería industrial se acentúan en administración de empresa (Arias, Delgado y Ceballos).





CAPITULO II

METODOLOGIA

En el capítulo II, se presentan la metodología de la presente investigación, como el tipo de investigación, el diseño, nivel de investigación, la operacionalización de las variables, las unidades de análisis, instrumentos, muestra, procedimientos que se realizaron posteriormente y los criterios adecuados para el análisis de datos. Todo lo anteriormente nombrado permite que las variables reciban el tratamiento adecuado para el presente estudio de investigación.

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Básica cuantitativa

2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación será predictivo ex post facto

3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Predictiva

4. VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: Preferencias Profesionales

VARIABLE DEPENDIENTE: Hábitos Emprendedores

5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2.

Cuadro de Operacionalización de variables

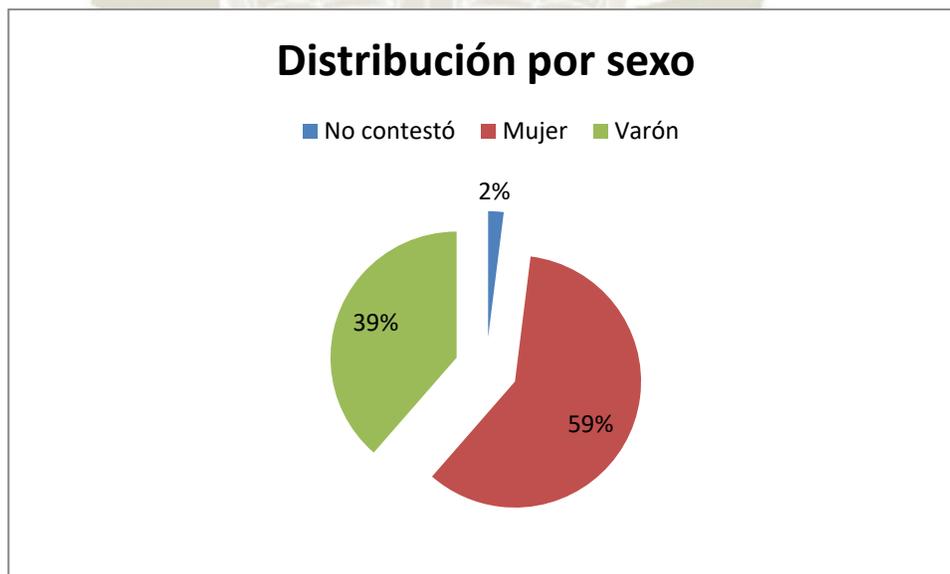
VARIABLES	INSTRUMENTO	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA DE MEDICIÓN
PREFERENCIAS PROFESIONALES	Inventario de Preferencias Profesionales de Pereyra (PPP)	Realismo	Ítems del 1 al 10	Nominal Intervalo
		Investigación	Ítems del 11 al 20	
		Artístico	Ítems del 21 al 30	
		Social	Ítems del 31 al 40	
		Emprendimiento	Ítems del 41 al 50	
		Convencional	Ítems del 1 al 20	
HÁBITOS EMPRENDEDORES	Escala de evaluación de Hábitos emprendedores		Nivel Bajo: 19 a – Nivel Medio: 20 a 37 Nivel Alto: 38 a +	Intervalo

Nota: Elaboración Propia.

6. MUESTRA

La muestra estuvo constituida por 217 estudiantes de las tres universidades más importantes de la ciudad de Arequipa. Sin embargo, dado que algunos llenaron mal los instrumentos de evaluación, la muestra se redujo a 203 estudiantes de los últimos años de la carrera de administración de negocios. El 59.1% fueron mujeres y el 38.9% fueron varones, el 2% no completó esta información. La edad media fue de 22.81 con una desviación estándar de 2.52 dentro de un rango de 18 a 35 años de edad (Ver Figura 3.)

Figura 3.
Distribución por sexo



Nota: Elaboración Propia

7. INSTRUMENTOS

Se utilizó una ficha de datos socio demográfica y también otras preguntas respecto a su emprendimiento como: edad, sexo, estado civil, ocupación, negocio actual, cuantos negocios ha emprendido, tiempo de vida del negocio, cambio de rubro, negocio rentable.

Así mismo también se aplicó los instrumentos de Escala de Evaluación de Hábitos emprendedores y el Inventario de Preferencias Profesional de Pereyra (PPP), los cuales se describen con más profundidad a continuación.

8. INSTRUMENTOS

8.1. Escala de Evaluación de hábitos Emprendedores

El instrumento que se utilizó para medir el emprendimiento fue la *Escala de Hábitos Emprendedores* (Anexo 1), el cual fue compuesto por Flores (2001); El instrumento está conformado por 20 ítems, que se agrupan en cinco sub escalas las cuales son: conocimiento de sí mismo y autoeficacia, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión; cada ítem contiene dos tipos de respuestas (SI o NO), donde en el proceso de calificación se le asigna dos puntos para Sí y uno para No. La confiabilidad de la escala del coeficiente empresarial es de 0.69, el cual fue analizado a través del Coeficiente de Alpha de Crobach; la puntuación obtenida indica que es moderadamente fuerte, por lo que indica una aceptable consistencia interna (Portocarrero, Mayorga y García, 2010).

8.2. Inventario de Preferencias Profesionales de Pereyra (PPP)

Se aplicó el Inventario de Preferencias Profesionales de José Luis Pereira (1990) que se basa en la teoría de Holland (1985) y permite evaluar el interés vocacional de los estudiantes. La prueba se compone de 60 opciones de respuesta, que consisten en lugares de trabajo con sus respectivas descripciones, ordenados en seis categorías (diez por cada tipología) que deben ser marcadas de tres maneras y en forma excluyente. Los veinte lugares de trabajo de mayor preferencia se marcan con el signo más, los veinte lugares de trabajo con menor interés se marcan con el signo menos, y los veinte restantes se marcan con un triángulo. La calificación de la prueba se hace sumando las opciones en cada tipo y multiplicando el valor de cada opción por una cifra determinada: las favoritas se multiplican por 3, las indiferentes por 2 y las negativas por 1. Los tres valores más altos de las seis tipologías, que se obtienen luego de este procedimiento, constituyen una combinación que refleja las preferencias profesionales en perfiles preestablecidos.

9. PROCEDIMIENTOS

Primeramente, se realizaron los permisos correspondientes en cada universidad para poder recolectar los datos para el proyecto. Luego los datos se procesaron cuantitativamente mediante la técnica de análisis de datos utilizando el IBM SPSS Statics 20. Finalmente se procesará la información y se redactará la tesina de investigación.

10. CAMPO DE VERIFICACIÓN

a) Ubicación espacial

El estudio se realizó en las siguientes universidades: Universidad Católica de Santa María (UCSM), Universidad Católica San Pablo (UCSP) y la Universidad Nacional de San Agustín (UNSA).

b) Ubicación temporal

Los datos de las variables de estudio fueron recogidos entre los meses de julio y octubre del año 2021

c) Unidades de estudio

Las unidades de estudio de la presente investigación están conformadas por los estudiantes de administración de empresas del último año académico, de las siguientes universidades: Universidad católica de Santa María (UCSM), Universidad Católica San Pablo (UCSP) y la Universidad Nacional de San Agustín (UNSA).

11. ANALISIS DE DATOS

Los presentes datos fueron procesados mediante el programa estadístico de SPSS versión 20. Las variables fueron tratadas según los objetivos, de manera descriptiva, correlacional y predictiva.



CAPITULO III

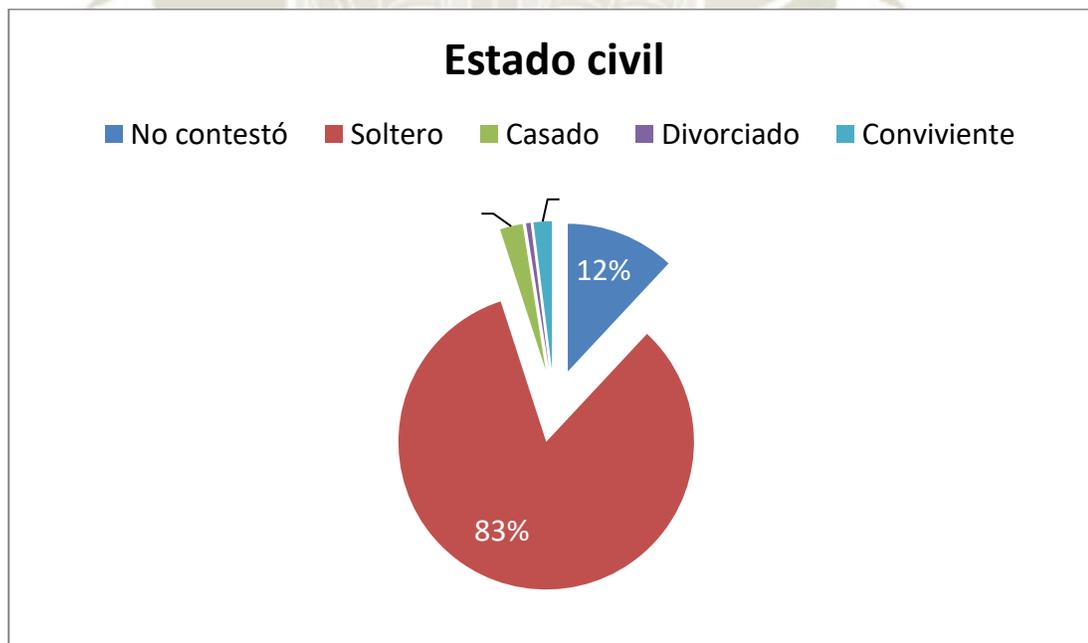
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el siguiente capítulo se presenta el análisis de los datos a través del procesamiento estadístico de los datos, para lo cual se aplicaron pruebas estadísticas paramétricas con el fin de someter a las variables a la prueba de hipótesis de la investigación.

1. ANÁLISIS DESCRIPTIVOS

En la Figura 4. Encontramos el estado civil de los estudiantes de los últimos semestres de la carrera de Administración de Empresas, el 83.3% son solteros, el 2.5% casados, el 0.5 divorciados y 13.8% convivientes.

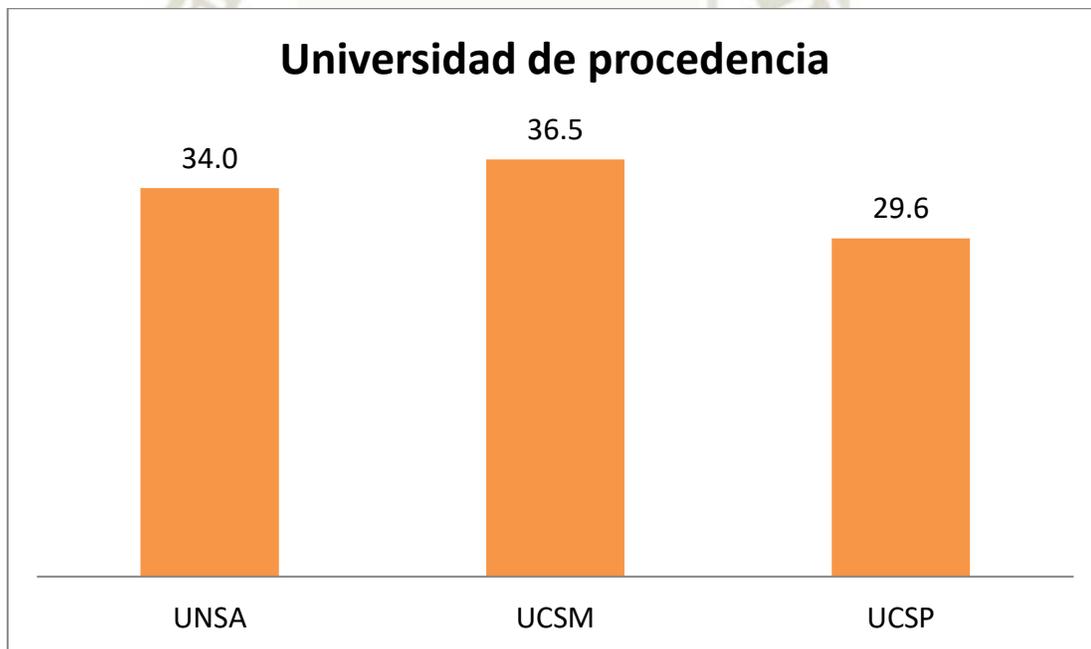
Figura 4.
Estado civil



En cuanto a la universidad de procedencia, el 34% estudia en la Universidad Nacional de San Agustín (UNSA), el 36.5% estudia en la Universidad Católica de Santa María (UCSM) y el 29.5% en la Universidad Católica San Pablo (UCSP).

El 34% fueron de noveno semestre y el 66% fueron estudiantes del décimo semestre.

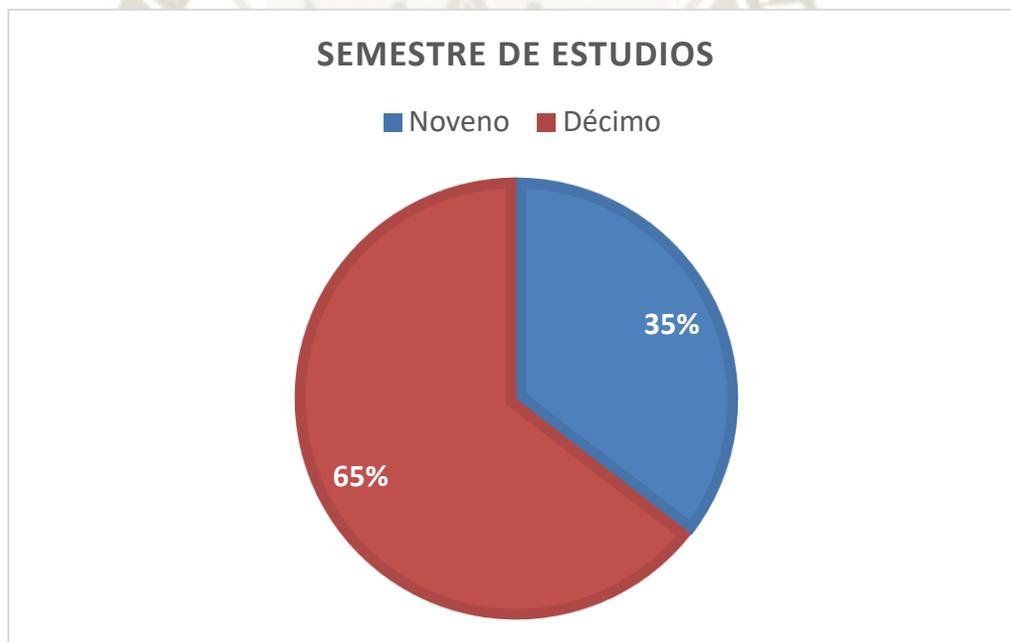
Figura 5.
Universidad de procedencia



Nota: Elaboración Propia

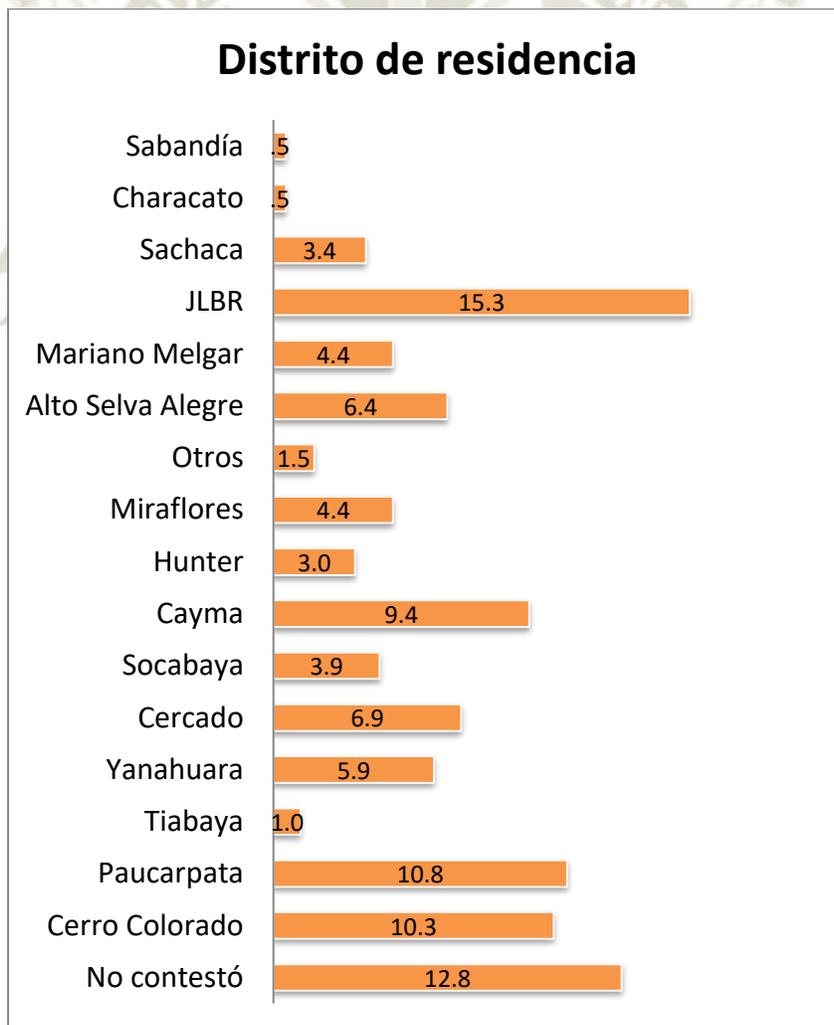
En cuanto al semestre de estudios, se aplicó los instrumentos de preferencias profesionales y hábitos emprendedores en los semestres del noveno y décimo semestre según corresponde en las universidades: Universidad Católica de Santa María (décimo semestre), Universidad Católica San Pablo (noveno y décimo semestre) y por último la Universidad Nacional de San Agustín (décimo semestre). El total de estudiantes del noveno semestre es del 35 por ciento y del décimo semestre es del 65 por ciento.

Figura 6.
Semestre de estudios



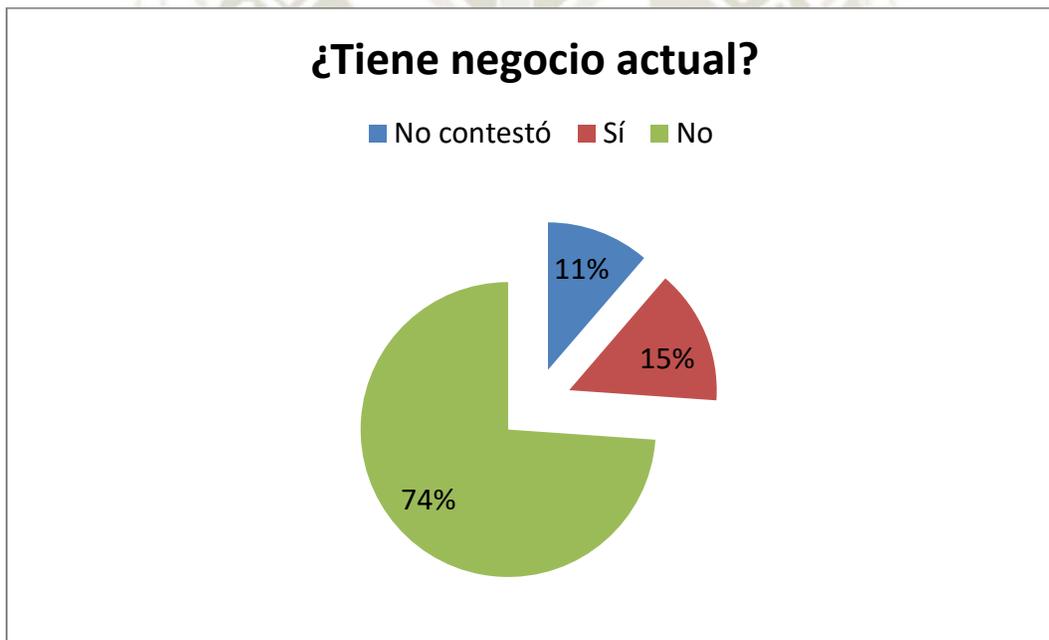
En cuanto a su distrito de residencia de los alumnos, el 15.3% vive en José Luis Bustamante y Rivero, el 10.8% en Paucarpata, el 10.3% en Cerro Colorado, el 9.4% en Cayma, el 6.9% en el Cercado, el 6.4% en Alto Selva Alegre, el 5.9% en Yanahuara, el 4.4% en Mariano Melgar y con el mismo porcentaje en Miraflores, el 3.9% en Socabaya, el 3.4% en Sachaca, el 3% en Hunter, el 1% en Tiabaya, y el 0.5% en Sabandía; mientras que el 12.8% no llenó esta información y el 1.5% reside en otros distritos.

Figura 7.
Distrito de residencia



En cuanto a la pregunta de si tienen un negocio actual, el 14.8% señaló que sí tenía un negocio, mientras que el 73.9% indicó que no, y el 11.3% no llenó esta información. El tiempo medio de existencia del negocio fue de 21.84 meses con una desviación estándar de 36.09 meses dentro de un rango de 0 a 180 meses. Asimismo, el número promedio de negocios que han emprendido los estudiantes, fue de 0.33, con una desviación estándar de 0.69 dentro de un rango de 0 a 3 negocios.

Figura 8.
Negocio Actual

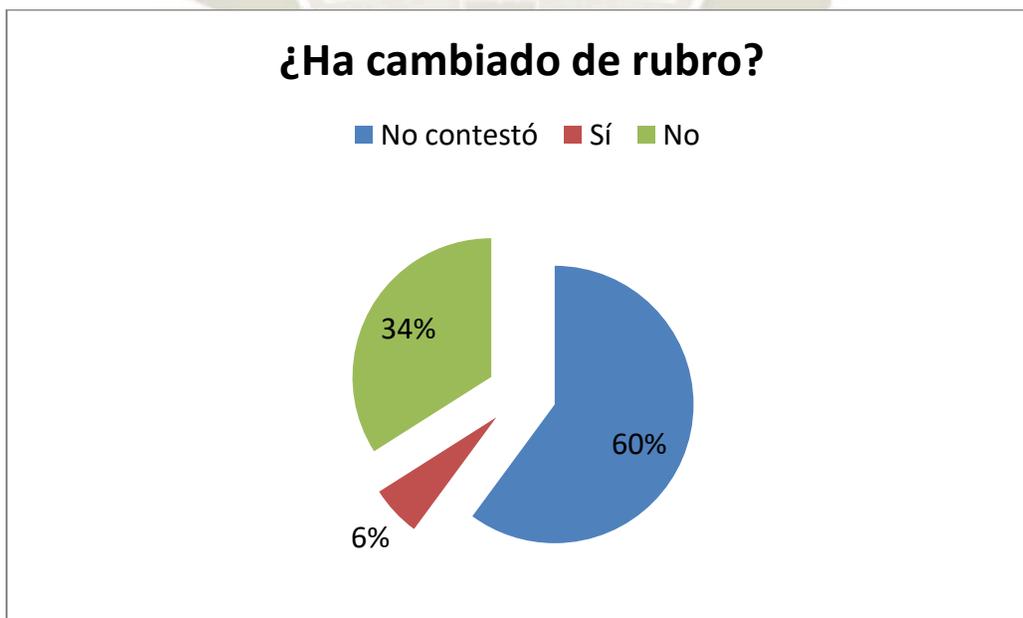


En la pregunta, si habían cambiado de rubro en sus negocios, el 5.9% indicó que sí y el 34% indicó que no. El porcentaje restante no ha emprendido negocios. Con respecto a la rentabilidad del negocio que emprendieron, el 17.7% indicó que su negocio era rentable y el 18.2% indicó que no era rentable.

En cuanto a la variable hábitos emprendedores, la media obtenida fue de 36.8 con una desviación estándar de 3.25 dentro de un rango de 20 a 40, lo que sugiere que los hábitos emprendedores se ubican más próximos al puntaje más alto que al más bajo.

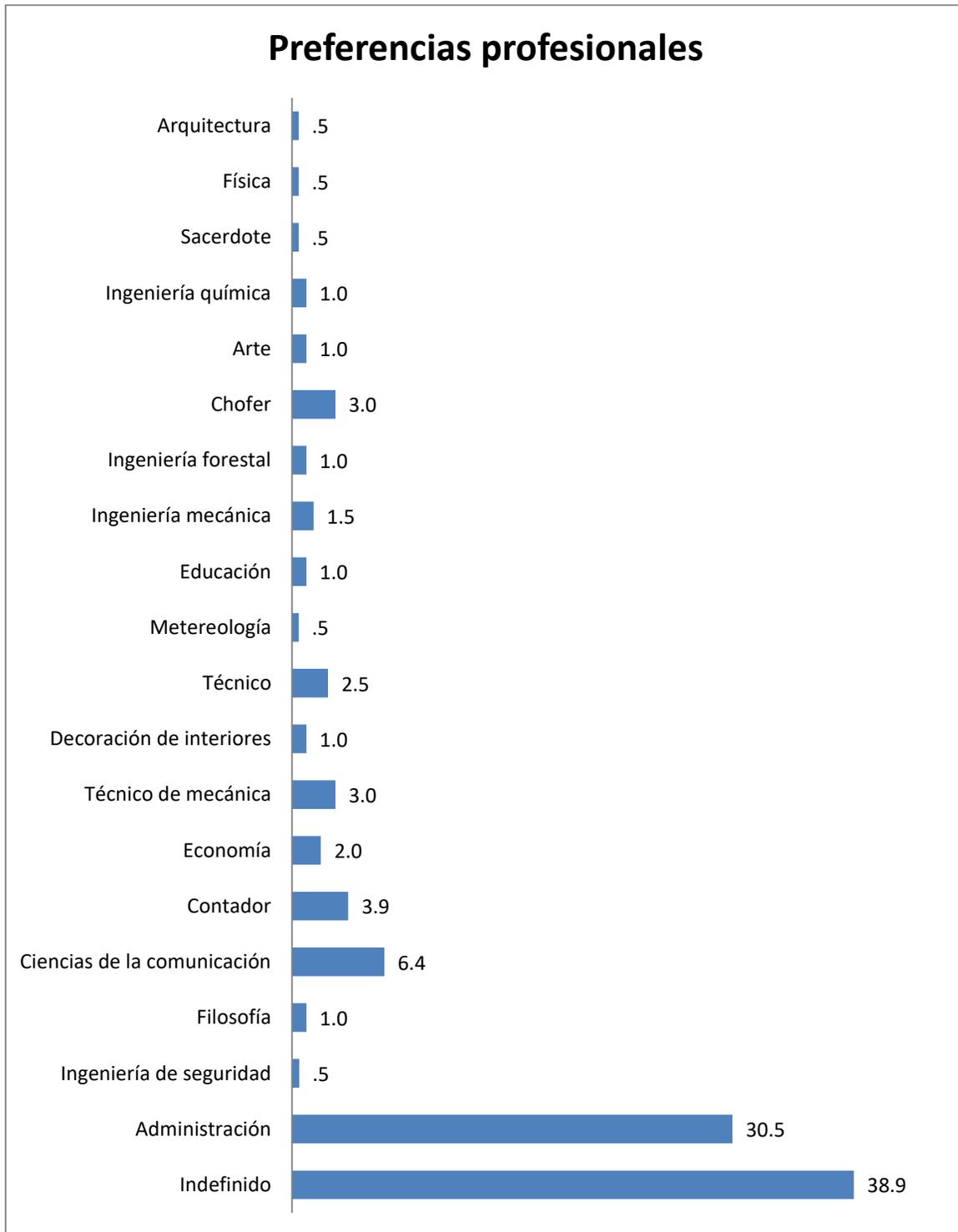
La asimetría y la curtosis fueron de -1.02 y 2.14, respectivamente, lo que sugiere que los datos tienen a tener una distribución no normal, y que los hábitos emprendedores se ubican más hacia la derecha.

Figura 9.
Cambio de rubro.



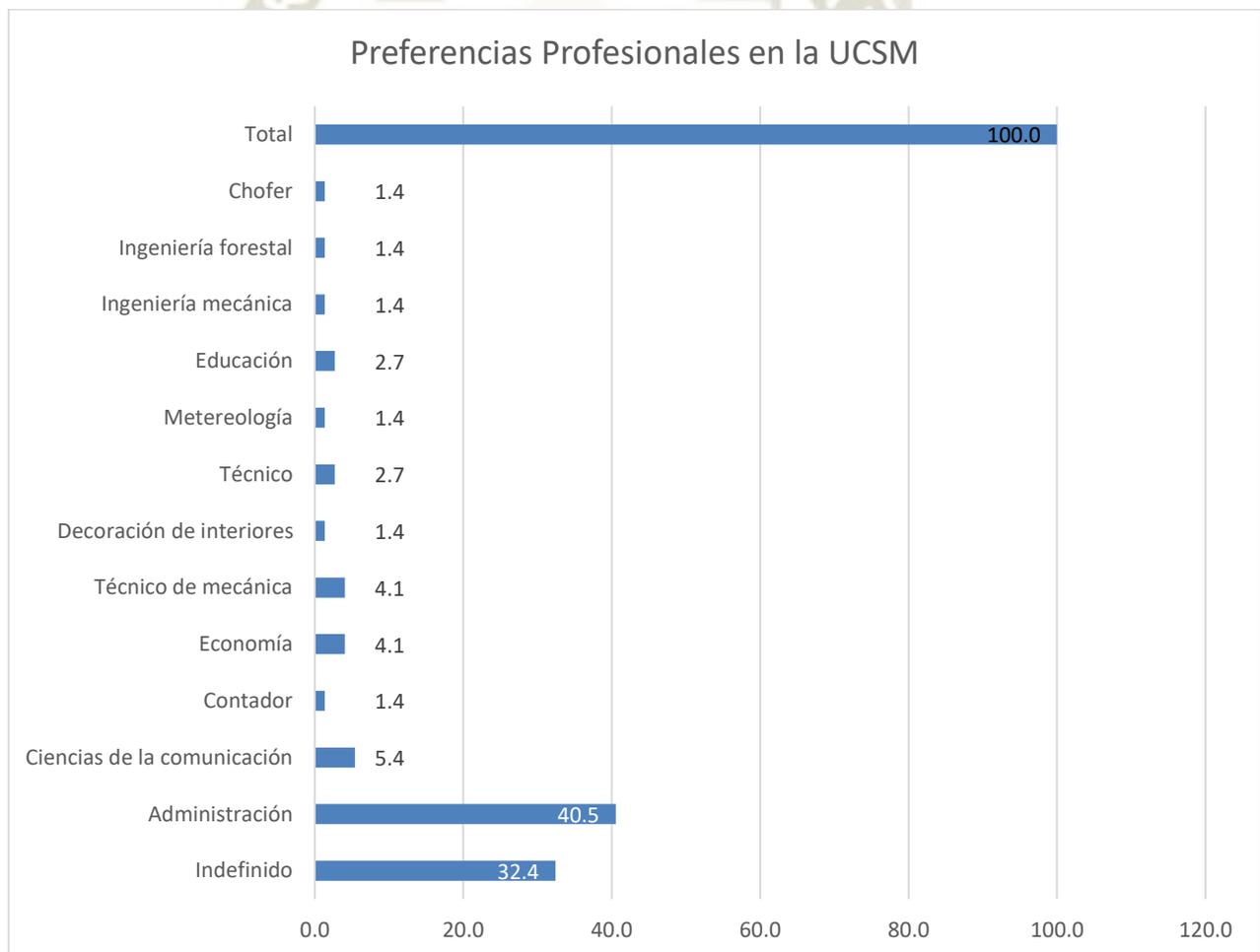
En cuanto a las preferencias profesionales, en la Figura 10. se puede apreciar que el 38.9% de los estudiantes tiene una orientación profesional indefinida, seguida del 30.5% de los estudiantes que tienen una clara preferencia profesional por la carrera de administración, mientras que el 6.4% se orienta por ciencias de la comunicación, el 3.9% por contabilidad, el 2% economía, el 3% conductor de auto y el 2.5% por una profesión técnica. Otras preferencias profesionales fueron por ingeniería, decoración de interiores y arquitectura, entre otras. Asimismo, en cuanto a las dimensiones que dan origen a las combinaciones de las preferencias profesionales, la dimensión con mayor media obtenida fue la de emprendimiento con 22.67, seguida de la de convencionalismo con 21.33, arte 19.98, realismo 19.47, social 19.24 e investigación 17.91.

Figura 10.
Preferencias profesionales



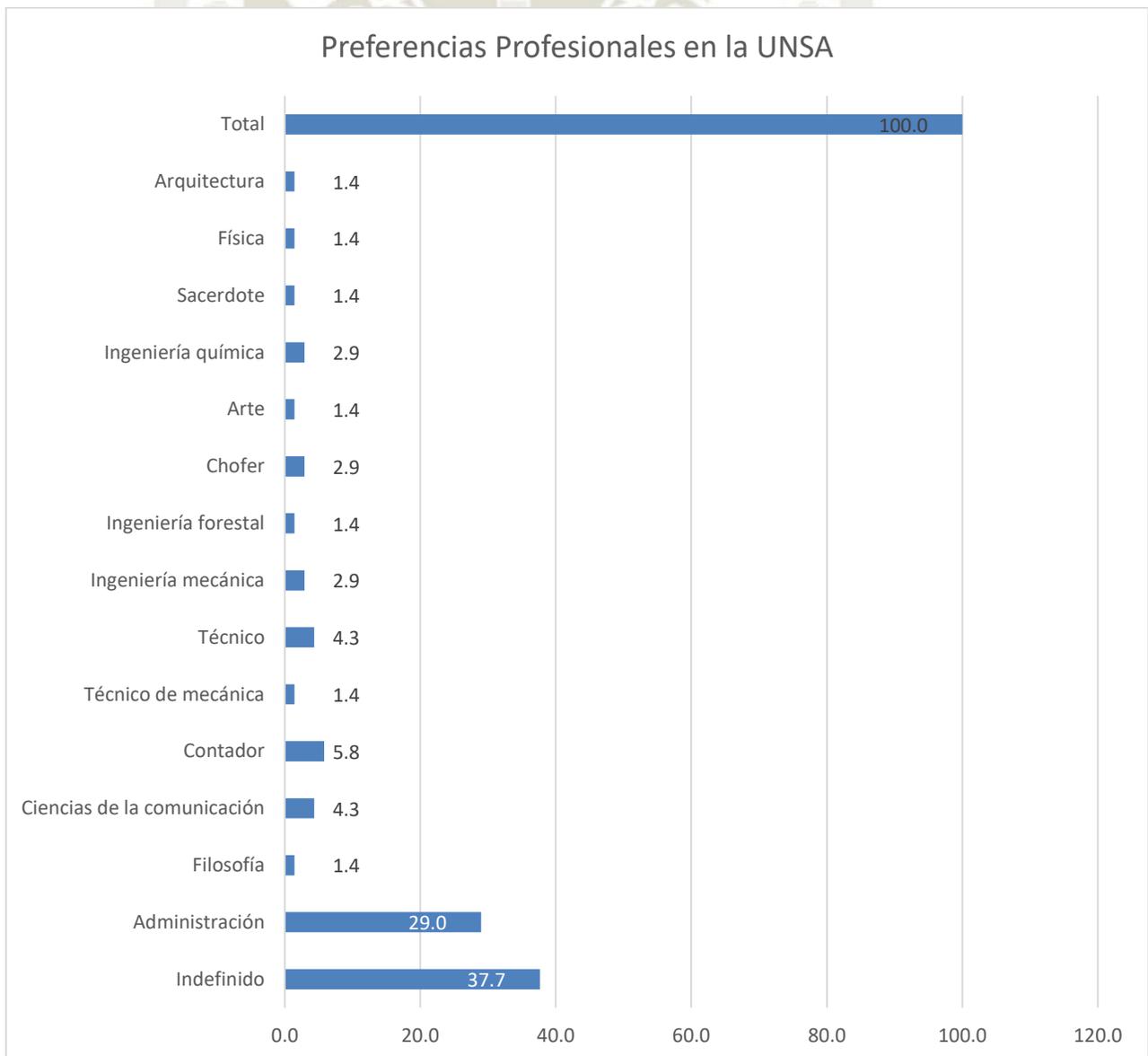
En cuanto a la Figura 11, se encontró que los alumnos de la UCSM, tienen mayor vocación por su carrera (40.5 %) en comparación con la UNSA (29 %) y la UCSP (20 %), véase en la Figura 12 y 13, respectivamente. Otras preferencias profesionales que muestran mayor puntaje son indefinidas (32.4 %), Ciencias de la Comunicación (5.4 %), Economía (4.1 %), Técnico en mecánica (4.1 %), Educación (2.7 %) por último las preferencias profesionales como chofer, ingeniero forestal, ingeniería mecánica, Meteorología, Decoración de Interiores y Contador muestran un puntaje de (1.4).

Figura 11.
Preferencias profesionales en la UCSM



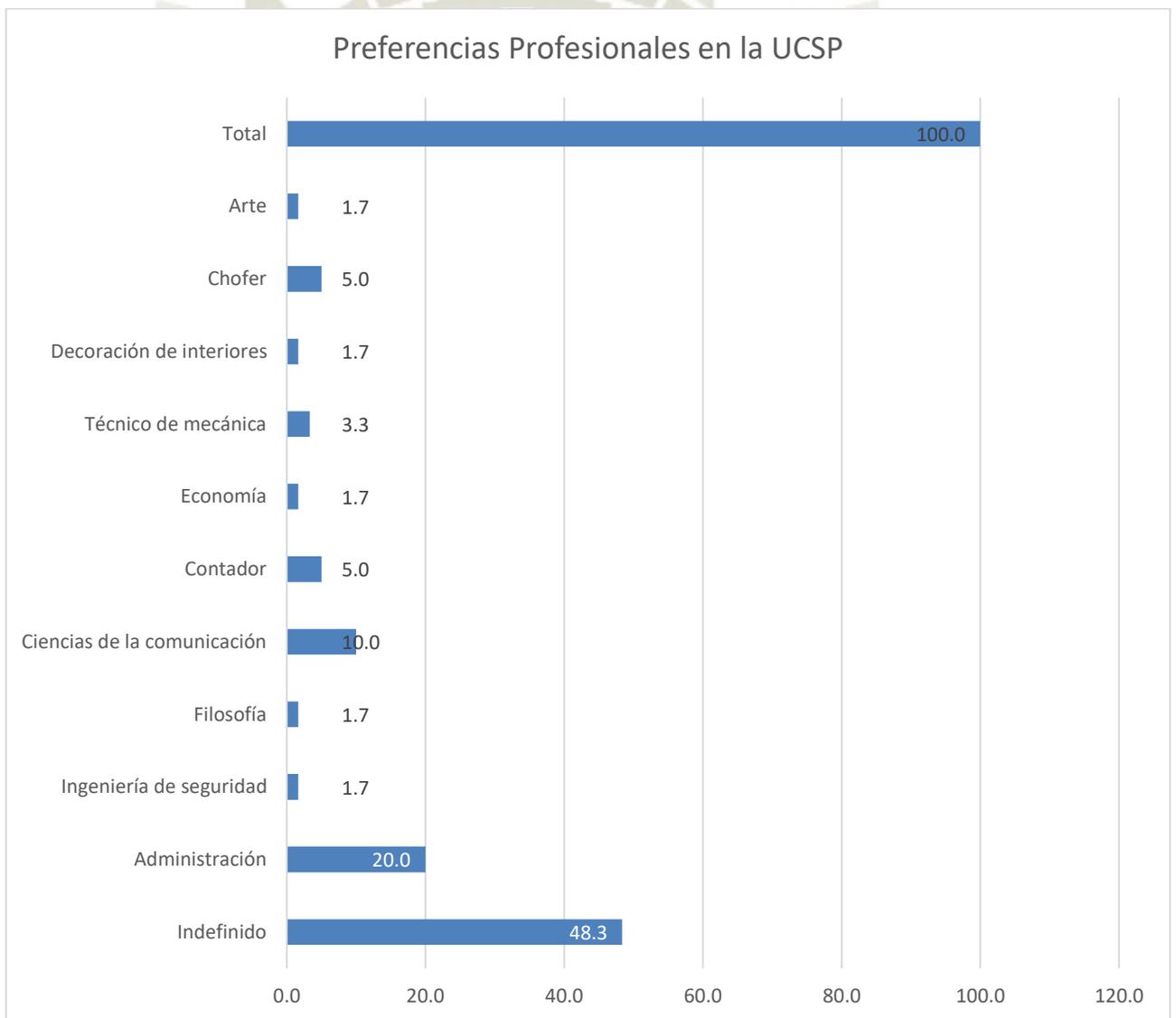
En cuanto a la Figura 12, e lo referente a las preferencias profesionales de los alumnos de la UNSA, el 29% tiene vocación por su carrera, indefinido con un 37.7%, contabilidad (5.8 %), Ciencias de la Comunicación y técnico (4.3 %), Ingeniería Química, Ingeniería Mecánica y Chofer con (2.9 %), por último, con (1.4 %) Arquitectura, Física, Sacerdote, Arte, Ingeniería Forestal, técnico en mecánica y Filosofía.

Figura 12.
Preferencias profesionales en la UNSA



En la Figura 13, los alumnos de la UCSP tienen vocación por su carrera profesional en Administración de Negocios (20 %), Indefinido (48.3 %), Ciencias de la comunicación (10%), Contador y Chofer (5 %), técnico de mecánica (3.3 %), y por último con un (1.7 %) las carreras de Arte, Decoración de Interiores, economía Filosofía e Ingeniería Industrial.

Figura 13.
Preferencias profesionales en la UCSP



En la Tabla 3, se puede apreciar los valores que describen las medias de los seis tipos de preferencias profesionales según Holland; los puntajes más altos son Hábitos emprendedores media (36,08), desviación estándar, y dentro de un rango (min. máx.), emprendimiento (22,67), Convencionalismo (21,33), Arte (19,98), Realismo (19,47), Social (19,24) y por último investigación con el (17,91).

Tabla 3.
Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Desv. Error	Estadístico	Desv. Error
Hábitos emprendedores	203	20	40	36,08	3,258	-1,027	,171	2,144	,340
Realismo	202	11	30	19,47	3,747	,103	,171	-,193	,341
Investigación	202	10	28	17,91	3,102	,134	,171	,221	,341
Arte	202	10	29	19,98	3,972	-,162	,171	-,376	,341
Social	202	12	28	19,24	3,160	,115	,171	-,258	,341
Emprendimiento	202	10	29	22,67	3,208	-,674	,171	,966	,341
Convencionalismo	202	10	30	21,33	4,089	-,438	,171	-,011	,341

2. PRUEBAS DE NORMALIDAD

Ahora bien, con la finalidad de valorar, la normalidad de los datos para determinar el tipo de pruebas estadísticas a usar para valorar la prueba de hipótesis, se aplicó tanto la prueba de Kolmogórov-Smirnov como la prueba Shapiro-Wilk, encontrándose que en todas las variables continuas, vale decir, la media de hábitos emprendedores y las medias de las seis dimensiones de las preferencias profesionales, los valores fueron significativos, lo que sugiere que los datos tienen una distribución no normal. De este modo se optó por aplicar pruebas estadísticas no paramétricas (ver Tabla 4).

Tabla 4.
Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	GI	Sig.	Estadístico	GI	Sig.
Hábitos emprendedores	,112	202	,000	,915	202	,000
Realismo	,080	202	,003	,986	202	,051
Investigación	,091	202	,000	,987	202	,057
Arte	,081	202	,002	,987	202	,070
Social	,078	202	,005	,987	202	,065
Emprendimiento	,131	202	,000	,963	202	,000
Convencionalismo	,090	202	,000	,978	202	,003
a. Corrección de significación de Lilliefors						

3. COMPARACIONES U DE MANN WHITNEY

En tal sentido, para valorar si existen diferencias en cuanto los hábitos emprendedores según el sexo, se aplicó la prueba U de Mann Whitney, encontrándose que no existen diferencias significativas entre varones y mujeres, lo que sugiere que los hábitos emprendedores no están asociados al sexo de los estudiantes (Ver tabla 5).

Tabla 5.
Comparaciones según el sexo.

<i>Comparaciones según el sexo</i>						
	Sexo	N	Rango promedio	Suma de rangos	U	p
Hábitos emprendedores	Mujer	120	99,15	11898,50	4638,50 0	,79 7
	Varón	79	101,28	8001,50		
	Total	199				

En segundo lugar, se compararon los puntajes de los hábitos emprendedores en función de si tienen o no un negocio, para lo cual se aplicó la prueba U de Mann Whitney. Los resultados sugieren que existen diferencias significativas, de modo que aquellos que tienen un negocio, tienen más hábitos emprendedores que aquellos que no tienen un negocio (Ver Tabla 6).

Tabla 6.

Comparaciones según el negocio actual

<i>Comparaciones según negocio actual</i>						
	Negocio actual	N	Rango promedio	Suma de rangos	U	p
Hábitos emprendedores	Sí	30	112,37	3371,00	1594,000	,011
	No	15 0	86,13	12919,00		
	Total	18 0				

En la Tabla 7, se realizaron comparaciones en función de si los estudiantes cambiaron de rubro en su negocio o no. Para ello, se aplicó la prueba U de Mann Whitney, pero los resultados no fueron significativos.

Tabla 7.

Comparaciones según cambio de rubro

<i>Comparaciones según cambio de rubro</i>						
	Cambio de rubro	N	Rango promedio	Suma de rangos	U	P
Hábitos emprendedores	Sí	12	41,00	492,00	414,000	1,000
	No	69	41,00	2829,00		
	Total	81				

En la Tabla 8, se tienen las comparaciones de los hábitos emprendedores en función de la rentabilidad de los negocios de los estudiantes, encontrándose que los estudiantes que tienen negocios más rentables son quienes tienen más hábitos emprendedores, en comparación con los estudiantes cuyos negocios no son rentables, ya que los valores calculados con la prueba U de Mann Whitney fueron significativos.

Tabla 8.
Comparaciones según la rentabilidad del negocio emprendido

<i>Comparaciones según la rentabilidad del negocio emprendido</i>						
	Rentabilidad	N	Rango promedio	Suma de rangos	U	p
Hábitos emprendedores	Sí	36	44,24	1592,50	405,00	,004
	No	37	29,96	1108,50		
	Total	73				

Seguidamente en la Tabla 9, se realizaron comparaciones en función de los distritos de procedencia, para lo cual se aplicó la prueba no paramétrica Kruskal Wallis, encontrándose que no existen diferencias significativas en los hábitos emprendedores.

Tabla 9.

Comparaciones según el distrito de procedencia

<i>Comparaciones según el distrito de procedencia</i>					
	Distrito	N	Rango promedio	H	p
Hábitos emprendedores	Cerro Colorado	21	82,31	15,55	3,41
	Paucarpata	22	69,16		
	Tiabaya	2	118,75		
	Yanahuara	12	103,83		
	Cercado	14	100,68		
	Socabaya	8	84,75		
	Cayma	19	91,58		
	Hunter	6	82,92		
	Miraflores	9	114,28		
	Otros	3	112,67		
	Alto Selva Alegre	13	79,38		
	Mariano Melgar	9	63,83		
	JLBR	31	101,42		
	Sachaca	7	78,79		
	Sabandía	1	26,00		

En la Tabla 10, se tienen las comparaciones con la prueba Kruskal Wallis según el estado civil de los estudiantes, pero las diferencias no fueron significativas, lo que sugiere que el estado civil no es una variable asociada a los hábitos emprendedores de los estudiantes evaluados.

Tabla 10.

Comparaciones en función del estado civil

<i>Comparaciones en función del estado civil</i>					
	Estado civil	N	Rango promedio	H	p
Hábitos emprendedores	Soltero	169	89,09	2,736	,434
	Casado	5	89,20		
	Divorciado	1	163,00		
	Conviviente	4	111,00		

En la Tabla 11, se tienen las comparaciones según la universidad donde estudian los jóvenes evaluados, encontrándose que no existen diferencias significativas en los hábitos emprendedores, lo que sugiere que esta variable se manifiesta de manera independiente de dónde provengan los estudiantes de administración.

Tabla 11.

Comparación según la universidad de procedencia

<i>Comparaciones según la universidad de procedencia</i>					
	Universidad	N	Rango promedio	H	p
Hábitos emprendedores	UNSA	69	92,04	4,122	,127
	UCSM	74	111,82		
	UCSP	60	101,34		
	Total	203			

En la Tabla 12, se tienen las comparaciones de los hábitos emprendedores en función de las preferencias profesionales obtenidas entre los estudiantes de administración que fueron evaluados. Los resultados, calculados también con la prueba Kruskal Wallis no fueron significativos.

Tabla 12.

Comparaciones en función de las preferencias profesionales

<i>Comparaciones en función de las preferencias profesionales</i>					
	Preferencias profesionales	N	Rango promedio	H	p
Hábitos emprendedores	Indefinido	79	94,57	19,827	,405
	Administración	62	113,60		
	Ingeniería de seguridad	1	67,50		
	Filosofía	2	21,75		
	Ciencias de la comunicación	13	102,50		
	Contador	8	119,31		
	Economía	4	72,88		
	Técnico de mecánica	6	123,83		
	Decoración de interiores	2	81,25		
	Técnico	5	71,40		
	Meteorología	1	48,00		
	Educación	2	104,50		
	Ingeniería mecánica	3	110,50		
	Ingeniería forestal	2	126,00		
	Chofer	6	116,17		
	Arte	2	80,00		
	Ingeniería química	2	100,25		
	Sacerdote	1	1,00		
	Física	1	184,50		
	Arquitectura	1	156,50		
Total		203			

4. CORRELACIONES

En cuanto al grado de relación entre las variables de tipo cuantitativo, es decir, aquellas que tienen un nivel de medición escalar o de intervalo, se calculó mediante la prueba Rho de Spearman, dado que tienen una distribución no normal.

En la Tabla 13, se puede observar que los hábitos emprendedores tienen una relación positiva y baja con la edad y la dimensión de realismo de las preferencias profesionales, pero significativa, y una relación negativa y baja con la dimensión arte de las preferencias profesionales, lo que sugiere que los estudiantes que tienen más edad y que les gusta manipular herramientas y tienen un razonamiento concreto, son los que tienen más hábitos emprendedores, mientras que aquellos que tienen interés por el arte tienen menor capacidad de emprendimiento.

			Hábitos emprendedores	Edad	Número negocios	Tiempo negocio	Realismo	Investigación	Arte	Social	Emprendimiento	Convencionalismo
Rho de Spearman	Hábitos emprendedores	Coeficiente de correlación	1,000	,144*	,103	,129	,163*	-,075	-,193**	,030	-,078	,038
	Edad	Coeficiente de correlación		1,000	,279**	,162	,140	-,021	-,112	-,143*	,119	-,159*
	Número negocios	Coeficiente de correlación			1,000	,139	,065	-,063	-,026	,032	,050	-,074
	Tiempo negocio	Coeficiente de correlación				1,000	,246	,011	-,209	-,100	,091	-,056
	Realismo	Coeficiente de correlación					1,000	,256**	-,326**	-,242**	-,147*	-,197**
	Investigación	Coeficiente de correlación						1,000	-,049	-,149*	-,355**	-,234**
	Arte	Coeficiente de correlación							1,000	-,014	,106	-,338**
	Social	Coeficiente de correlación								1,000	-,028	,053
	Emprendimiento	Coeficiente de correlación									1,000	-,058
	Convencionalismo	Coeficiente de correlación										1,000

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

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

DISCUSIÓN

En el presente estudio se planteó analizar la relación entre las preferencias profesionales y los hábitos emprendedores de los estudiantes de los últimos semestres de la carrera de administración de negocios de tres universidades de la ciudad de Arequipa. En análisis descriptivo reveló que los datos de ambas variables presentaban una distribución no normal, por lo tanto, se aplicaron pruebas estadísticas no paramétricas.

A nivel comparativo, se encontró que, en primer lugar, no existen diferencias en los hábitos emprendedores en función del sexo.

Por otro lado, emprendimiento si se encontró asociado de manera significativa con el hecho de que los estudiantes evaluados tengan un negocio actual. Así mismo la rentabilidad del negocio emprendido también se asoció significativamente con los hábitos emprendedores con la carrera de administración. Esto quiere decir que los estudiantes con más hábitos emprendedores, o si se quiere con mayor nivel de emprendimiento, tienen más probabilidades de tener un negocio propio, y más aún de que este sea rentable.

Este hallazgo consistente con la teoría sobre el emprendimiento que señala, que aquellas personas que son emprendedoras desarrollan su propio negocio y obtienen su sustento del mismo, llegando a aprovechar las oportunidades que el

medio y las circunstancias les ofrece, y empleando de forma estratégica sus recursos y sus talentos.

Sin embargo, las comparaciones sobre los hábitos emprendedores en función del distrito de preferencia, del estado civil y de la universidad en la que estudian no mostraron diferencias significativas. Esto quiere decir que independientemente de donde vivan, donde estudian, y sean solteros, casados, divorciados o convivientes, sus hábitos emprendedores no mostraran hábitos emprendedores destacables. En el primer caso el distrito de procedencia podría ser un indicativo del nivel socioeconómico de los estudiantes, y que por los resultados obtenidos no tendría injerencia en el emprendimiento. Confirmando este hallazgo, Wong (2010), señala que si bien los emprendedores pueden surgir en diferentes estratos sociales existen diferencias en las características en los negocios emprendidos en cada caso. Por ejemplo, los emprendedores de nivel socioeconómico bajo o medio bajo suelen formar pequeño o micro empresas de tipo familiar, con cierto grado de informalidad, limitado capital y acceso a sistemas abiertos de financiamiento, mientras que los emprendedores de nivel socioeconómico medio alto o alto, suelen crear empresas formales no familiares, con un nivel elevado de capitalización sistemas de gobierno tecnocrático, amplias redes financieras, y con miras a una creciente diversificación.

En el segundo caso la universidad de procedencia tampoco marca diferencias en cuanto al emprendimiento de los estudiantes de administración. Esto podría deberse, a ciertas similitudes en los planes académicos o las currículas sobre las

que se basan los procesos formativos de los estudiantes de administración, sin embargo, no podemos afirmar fehacientemente ello porque no se evaluó dicho aspecto. En ese sentido, sería conveniente que en futuras investigaciones se comparen y analicen los planes de estudio de las carreras de administración de empresas de Arequipa.

Otra explicación tentativa, podría estar relacionada con el hecho de que los estudiantes de administración, presentan un perfil semejante en cuanto a sus habilidades de emprendimiento lo cual queda refrendado por nuestro hallazgo que indica que no existen diferencias significativas entre las preferencias profesionales de administración en función de sus hábitos emprendedores.

En cuanto al estado civil algunos estudios han reportado que el emprendimiento es una cualidad más frecuente en las personas casadas y que tienen hijos, ya que el emprendimiento es una cualidad que emerge como respuesta a las necesidades, las mismas que pueden ser más apremiantes cuando se tiene familias e hijos que alimentar y cuidar. En ese sentido, los solteros tendrían menos necesidad de emprender un negocio en comparación que los casados. Pero nuestro estudio no ha revelado tales diferencias.

Al analizar las preferencias profesionales vemos que el 38,9 por ciento de los evaluados tiene como resultado un perfil vocacional indefinido, mientras que el 30.5 por ciento de los estudiantes tienen un perfil vocacional orientado por la carrera de administración. Este resultado, es consistente con lo reportado en un

estudio previo de Callata, Morales y Arias (2017), donde se encontró que solo el 27 por ciento de los estudiantes de administración de empresas de una universidad de Arequipa tenían preferencias profesionales de administración y que un 57.3 por ciento no tiene un perfil vocacional congruente con la carrera de administración de empresas.

Y es preocupante que el 30.5 por ciento de los alumnos del último año de la carrera de administración de empresas, tengan intereses vocacionales en otras carreras que no son administración de empresas. En las que se pueden mencionar: Ciencias de la comunicación, contabilidad, mecánica y economía son las carreras que alcanzan un puntaje acumulado de 15,3 por ciento. Si bien economía y contabilidad son carreras afines a la administración, la mecánica y las ciencias de la comunicación están más alejadas de los fines y procesos implicados en la carrera de administración. A esto hay que agregar que entre las carreras que ocupan un menos porcentaje figuran: filosofía, decoración de interiores, educación, arte, química, arquitectura, sacerdocio y hasta conductor de auto que hacen un porcentaje acumulado de alrededor del 15 por ciento. Esto es llamativo ya que se trata de estudiantes de último año, que están próximos a ejercer la carrera y que sin embargo no presentan un perfil vocacional por el campo de la administración, esto podría deberse a que mucho de estos estudiantes esperan asumir los negocios de sus familias.

Por otro lado, donde se encontró que los alumnos de la UCSM tienen mayor vocación por su carrera 40,5 por ciento, UNSA, 29 por ciento y la UCSP, 20 por ciento, en el primer caso puede deberse a que la UCSM cuenta con mayor

trayectoria en cuanto a la UNSA cuenta con más tiempo de formación en el área de negocios, lo que podría determinar la captación de mayor alumnado que en la UCSP.

Cabe señalar que en otro estudio previo de Arias, Franco y Ceballos (2019), se encontró un solapamiento entre las carrera de administración e ingeniería industrial, lo que sugiere que en estas profesiones los procesos formativos son muy similares, pero esta situación no se registró en el estudio con respecto a las preferencias profesionales en administración e ingeniería industrial, sin embargo en el mejor de los casos, los estudiantes de administración evaluados podrían presentar combinaciones de intereses que les orientarían a emprender negocios en el rubro de las telecomunicaciones o las ingenierías.

Finalmente, los hábitos emprendedores se realizaron de manera estadísticamente significativa pero baja con la edad, lo que sugiere que, a mayor edad, los estudiantes tendrán mayores hábitos de emprendimiento. Así mismo los hábitos emprendedores se relacionaron de manera positiva con la dimensión de realismo y de manera negativa con la dimensión artística con las preferencias profesionales, esto significa que los estudiantes con hábitos emprendedores presentan de manera predominante un pensamiento concreto, habilidades operativas, y una visión realista de la vida; mientras que tienen una limitada visión estética y un escaso intereses por las actividades artísticas ya sean plásticas o musicales.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Solo un bajo porcentaje de estudiantes 14.8 %, tiene un negocio actual, es decir que pocos estudiantes tienen capacidad emprendedora. A pesar de que la media de los hábitos emprendedores estuvo muy próxima al límite superior. Así mismo, aquellos estudiantes que tienen un negocio actual presentan los puntajes más altos en hábitos emprendedores, en comparación con aquellos estudiantes que no tienen un negocio actual.

SEGUNDA: Así como el negocio actual, aquellos estudiantes que tienen puntajes más altos en hábitos emprendedores, tienen negocios más rentables que sus compañeros que tienen puntajes más altos en emprendimiento.

TERCERA: No se encontraron diferencias significativas en los hábitos emprendedores de los estudiantes evaluados, al considerar como criterios de comparación el sexo, estado civil, el distrito de residencia, la universidad de procedencia y las preferencias profesionales.

CUARTA: Un bajo porcentaje de estudiantes 30.5%, presenta preferencias profesionales por la carrera de administración, mientras que el 38.9% de estudiantes de la carrera de administración no tienen definida su orientación vocacional. Por otro lado, el que tiene preferencias profesionales a fines como contabilidad y economía, mientras que el 5.9 tiene preferencias profesionales con otras ocupaciones.

QUINTA: En cuanto a la vocación por la carrera de Administración de Empresas, se encontró que los alumnos de la UCSM tienen una mayor preferencia por su carrera 40.5 %, UNSA 29 % y la UCSP 20 %.

SEXTA: Los hábitos emprendedores se relacionan de manera positiva, baja y significativa con la edad y la dimensión de realismo; mientras que se relaciona de manera baja, negativa y significativa con la dimensión artística de las preferencias profesionales.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se sugiere fomentar la formación de los hábitos emprendedores de los estudiantes de administración de empresas de las universidades locales de Arequipa; con la finalidad de formar en ellos su propio negocio, en lugar de formarlos hacia puestos de trabajo.

SEGUNDA: se sugiere evaluar las preferencias profesionales de los estudiantes de administración de empresa de las universidades locales con la finalidad de seleccionar adecuadamente solo aquellos estudiantes que tengan vocación por la carrera de administración de empresas o ciencias a fines.

TERCERA: Se recomienda fomentar el pensamiento concreto y cultivar habilidades operativas en los estudiantes de administración para promover el desarrollo de los hábitos emprendedores.

REFERENCIAS

- Alegre, A. (2013). Autoeficacia y procrastinarian académica en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. *Propósitos y Representaciones*, 1(2), 57-82.
- Alcaraz R. (2011). *Emprendedor de Éxito* (4^{ta} ed.). McGraw-Hill.
- Amador J. y Briones A. (2017). Factores determinantes que influyen para el emprendimiento de microempresas en el municipio de León, Nicaragua. *Revista electrónica de Ciencias Economicas Abriendo Camino al Conocimiento*, 5(9), 2-30.
- Arias, W. L. (2013). Crisis de la universidad en el Perú: Un problema de su naturaleza e identidad. *Educación*, 19, 23-39.
- Arias, W. y Ceballos, K. (2015). Análisis psicométrico del cuestionario de inteligencia emocional aplicado en adultos que trabajan en instituciones públicas y privadas de Arequipa. *Véritas*, 16(1), 3-7.
- Arias, W. Delgado, F. y Ceballos, K. (2019). Preferencias profesionales e identidad profesional en los estudiantes de ingenierías de una universidad privada de Arequipa. *Propósitos y Representaciones*, 7(2), 160-195.
<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.309>
- Arias, W. L. y Jiménez, N. A. (2013). Relaciones humanas en Mypes de Arequipa. *Contabilidad y Negocios*, 8(16), 48-60.

Azqueta, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e interpretación.

Revista Siempre '17, 21-39.

Bandura, A. (1978). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change.

Advances in Behavioral Research and Therapy, 1(1), 139-161.

Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción. Fundamentos sociales*. Martínez-Roca.

Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning.

Educational Psychologist, 28(2), 117-148.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Nueva York: Freeman.

Bargsted M. El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar* 13(25), 121-132.

Béjar G. (1993). La elección de carrera y la configuración de Holland. *Educación y Ciencia*, 2(8), 21-25.

Bulgarelli-Bolaños, R., Rivera-Rodriguez, J. y Fallas-Vargas, M. (2017). El proceso vocacional del estudiantado en condiciones de logro y rezago. *Revista Electrónica Educare*, 21(1), 1-24. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.21-1.1>

Callata, M., Morales, A., y Arias, W. L. (2017). Identidad profesional y preferencias profesionales en estudiantes de la escuela profesional de administración de negocios de una universidad privada de Arequipa. *Revista de Investigación en Psicología*, 20(1), 147-176.

- Castro, J. (2015). Identidad vocacional, claridad del autoconcepto y autoestima en adolescentes peruanos. *Psychology, Society & Education*, 7(1), 23-39.
- Chávez I., Álvarez L., Rosas B. y Sánchez L. (2017). Relaciones entre antecedente empresarial familiar y el emprendimiento de Micro y Pequeñas empresas. *European Scientific Journal October*, 13(28), 81-93.
- Checya, R. y Arias, W. (2019). Preferencias profesionales y rendimiento académico en estudiantes de matemáticas de la universidad nacional de San Agustín de Arequipa (Perú). *Educación*, 24(2), 131-140.
<https://doi.org/10.33539/educacion.2018.v24n2.1326>
- Chacón, O. (2003). *Teorías sobre la orientación vocacional*.
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8907/OC_Capitulo_III_Def.pdf
- Crissien, J. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista Escuela de Negocios EAN*, 66, 67-84.
- Di Doménico, C. y Vilanova, A., (2000). Orientación vocacional: Origen, evolución y estado actual. *Orientación y Sociedad*, 2, 47-58.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad*. Norma.

http://estrategiasca.com/Afreire_PASION_1.pdf

Frisancho, A. E. (2006). La orientación vocacional en los colegios públicos y privados de Lima: Situación actual y propuesta de un programa de acción para la secundaria pública. *Revista de Investigación en Psicología*, 9(1), 23-35.

Fuentes F. y Sánchez S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de economía aplicada*, 28(3), 1-28.

Gamero, H. (2014). Gestión de las empresas familiares: Retos y oportunidades. *Illustro*, 5, 7-17.

Galilea, V. (2005). Orientación vocacional. Centro de rehabilitación laboral “Nueva Vida”.

http://www.crlnuevavida.es/crl/images/articulos_pdf/Orientacion_vocacional.pdf

García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora. Validez factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52.

Goleman, D. (1997). *Inteligencia emocional*. Kairós.

Gómez, J., Martín, N., Rodríguez, A. y Saboia, F. (2004). ¿El emprendedor nace o se hace? Un análisis de los determinantes del espíritu emprendedor. *Cities in competition*, 33-44.

- González, V. (2003). La orientación profesional desde la perspectiva histórico- cultural del desarrollo humano. *Revista cubana de psicología*, 20(3), 260-268.
- Hidalgo, L. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Revista Alternativas UCSG*, 15(1), 46-50.
- Holland, J. L. (1985). *Making vocational choices: a theory of vocational personalities and work environments*. Prentice Hall.
- Holland, J. L. (1996). Exploring careers with a typology: What we have learned and some new directions. *American Psychologist*, 51, 397-406.
- Kantis, H. (Ed.) (2004). *Desarrollo emprendedor. América latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo Fundes Internacional.
- Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J. y La Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables sociodemográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(2), 139-151. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v13i2.3722>
- Loli, A. y López, E. (2002). La autoestima y los valores organizacionales en estudiantes universitarios y no estudiantes universitarios de Lima. *Revista de Investigación en Psicología*, 5(1), 141-155. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v5i1.5061>
- Loli, A., Del Carpio, J., Aliaga, J. y Vergara, A. (2011). Actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de la Universidad nacional Agraria – La Molina. *Revista de Investigación en Psicología*, 14(1), 209-234. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v14i1.2084>

López W., Montilla M. y Briceño M. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública. *Actualidad Contables FACES*, 10(14), 80-94.

Llerena, O. (2011). Una mirada a la orientación profesional desde el enfoque histórico cultural en la educación superior actual. *Contribuciones a las ciencias sociales*.

Maslow, A. H. (1968). *Toward a psychology of being*. Insight Book.

Mayer, J. D. y Salovey, P. (1995). Emotional intelligence and the construction and regulation of feelings. *Applied and Preventive Psychology*, 4(3), 197-208.

Mayer, J. D. y Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? En Salovey, P. y Sluyter, D. J. (Eds.). *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications* (pp. 3-31). Basic Books.

Messina, M. y Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base de Data Mining. *TEC Empresarial*, 9(1), 31- 40.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo [MTPE]. (2015). *¿Cuánto ganan las carreras universitarias?* www.ponteencarrera.pe.

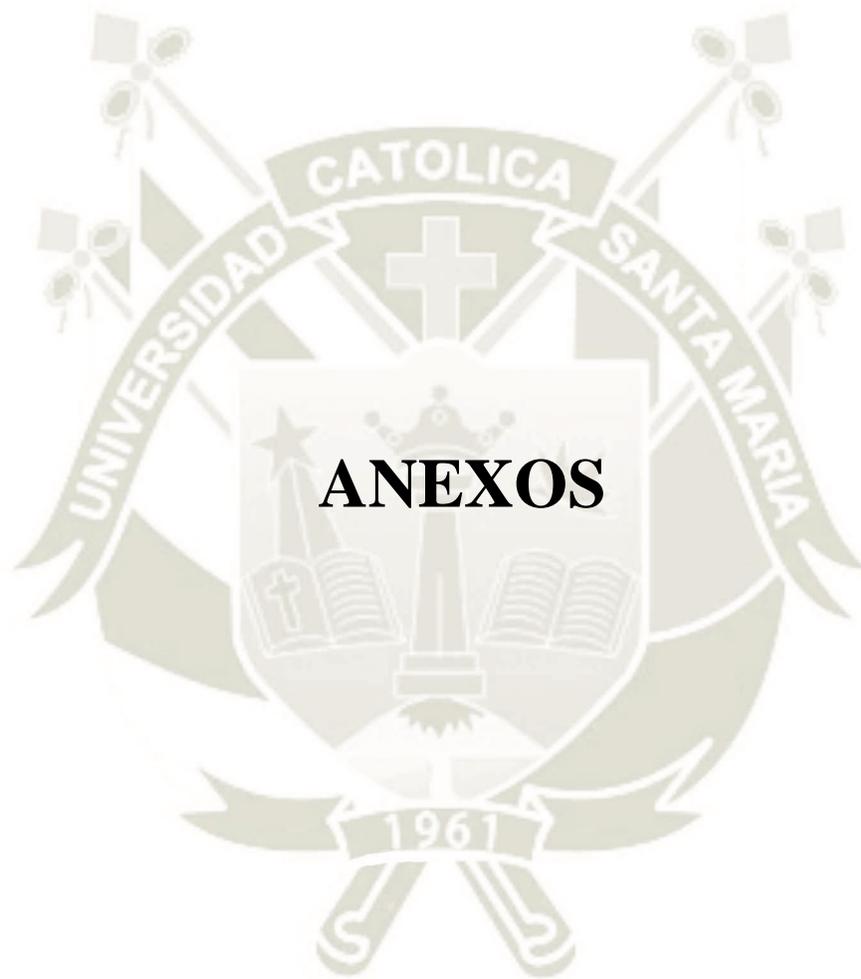
Morales-Jiménez, J., Bustamante-Gonzales, Á., Vargas-López, S., Pérez-Ramírez, N. y Sereno-Pareja, O. (2015). Factores de éxito emprendedor en dos municipios de la montaña de Guerrero, México. *Revista electrónica Nova Scientia*, 7(15), 416-435.

Monroy, R. A. (2004). Diagnóstico vocacional. *Liberabit Revista de Psicología*, 10, 11-15.

- Moriano, J. A., Trejo, E. y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229-242.
- Moya, M. y Santana, R. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento*. (Documento de trabajo). OPENLAB Laboratorio de Innovación y Emprendimiento. Santiago de Chile.
- Ortiz, P. y Millán, A. (2011). Emprendedores y empresas. La construcción social del emprendedor. *Lan Harremanak*, 24(1), 219-236.
- Portocarrero C., Mayorga E. y García M. (2010). Capacidad emprendedora y coeficiente empresarial en estudiantes de administración y de psicología de la Universidad Nacional Federico Villarreal. *Revista de investigaciones Psicológicas*, 1(1), 62-69. <https://issuu.com/psicologiaunfv/docs/revista1/62>
- Robbins, S. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Prentice Hall.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 26, 94-119.
- Rosero, O. y Molina, S. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento. *Informes Psicológicos*, 10, 29-39.
- Saboia, F. y Martin, N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *Revista Eletrônica de Administração*, 12(2).

- Salovey, P. y Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211. <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
- Seligman, M. (2006). *La auténtica felicidad*. Vergara.
- Santamaria, A., Moreno, E., Torres, E. y Cadrazco W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial: El caso de tres PYMES de los sectores comercial y de servicios de ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista Pensamiento Gerencial*, 1, 1-17. <https://doi.org/10.24188/rpg.v0i1.86>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A. y Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016 -2017*, Lima: Universidad de ESAN 2017.
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A. y Morales O. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2017- 2018*, - Lima: Universidad de ESAN, 2018.
- Solana, S. y Alicia, O. (2018). Comportamientos proactivos en el trabajo: adaptación y análisis psicométrico de una escala. *Actualidades en Psicología*, 32(124), 33-49. <https://doi.org/10.15517/ap.v32i124.30642>
- Suárez, L. y Vásquez, C. (2015). Evolución de concepto emprendedor: De Cantillón a Freire. *UNEXPO VRB. Venezuela*, 5(3), 882-894.
- Tarapuez, E., Zapata, J. y Agreda, E. (2008). Knight y sus aportes a la teoría del emprendedor. *Estudios gerenciales*, 24(106), 83-98.

- Trujillo, M. y Guzmán A. (2008). Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuadernos administrativos*, 21(35), 37-63.
- Vallés, A. (2002). Inteligencia emocional: ¿Personalidad o inteligencia? El modelo de procesamiento emocional de la información. *Revista Peruana de Psicología*, 7(12), 19-34.
- Velásquez, A. (2012). Revisión histórico-conceptual del concepto de autoeficacia. *Revista Pequén*, 2(1), 148-160.
- Villa, G. (2010). *Instrumentos de observación y registro de los indicadores vocacionales para el portafolio vocacional del alumno fundamentado en la teoría tipológica de las carreras de Holland*. <http://files.i-simposio-orientacion.webnode.es/2000000123-996b59a65f/Conferencia%20%20Gabriel%20Villa%20Portafolio%20Vocacion%20SNO.pdf>
- Yamada, G., Castro, J. F. y Asmat, R. (2013). *Inversión en educación e ingresos laborales*. Universidad del Pacífico.



ESCALA DE EVALUACIÓN DE HÁBITOS EMPRENDEDORES

Datos personales:

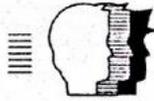
Nombre: _____ Edad: _____ Sexo: _____ Fecha: _____
 Grado de instrucción: _____ Profesión: _____
 Ocupación: _____ Lugar de trabajo: _____
 Negocio actual: SI__ NO__ ¿Cuántos negocios ha emprendido?: _____
 Tiempo de vida del negocio: _____ ¿Ha cambiado de rubro? SI__ NO__
 ¿Su negocio actual es rentable?: SI__ NO__

Instrucciones:

Lea cada una de las siguientes afirmaciones, seleccione y marque con una X una respuesta utilizando para ello la siguiente clave de preguntas:

01	Identifica sus talentos y los utiliza para alcanzar sus propósitos.	SI	NO
02	Actúa por iniciativa propia usando sus recursos.	SI	NO
03	Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones.	SI	NO
04	Atribuye a sí mismo las causas y consecuencias de sus acciones.	SI	NO
05	Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos.	SI	NO
06	Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones.	SI	NO
07	Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas.	SI	NO
08	Busca oportunidades para resolver sus demandas o exigencias.	SI	NO
09	Busca perfeccionarse o superarse como persona.	SI	NO
10	Mantiene vitalidad para desarrollar las actividades.	SI	NO
11	Cumple con los compromisos adquiridos.	SI	NO
12	Aplica control de calidad (hace bien las cosas).	SI	NO
13	Define metas o propósitos concretos en su desempeño.	SI	NO
14	Investiga, explora, curioseas y pregunta.	SI	NO
15	Administra racionalmente los recursos.	SI	NO
16	Evalúa y corrige las acciones.	SI	NO
17	Comprende y satisface las necesidades del interlocutor.	SI	NO
18	Trabaja cooperativamente en equipo.	SI	NO
19	Influye en los demás.	SI	NO
20	Construye redes de apoyo.	SI	NO

Resultados:



PERFIL DE PREFERENCIAS PROFESIONALES P.P.P.

DEL LIC. JOSE LUIS PEREIRA QUIÑONES

Nombre: _____ Apellido Paterno: _____ Apellido Materno: _____ Año/Sección/Nº _____ Edad _____ Fecha de Hoy _____

Este es un test psicológico que descubrirá sus intereses profesionales y si Ud. desea tener un acertado diagnóstico vocacional, entonces, sea sincero y honesto en el momento de seguir las indicaciones que le escribimos a continuación; le presentamos 60 empresas y Ud. tiene que seleccionar de la siguiente manera:

- 1) Escoger 20 Empresas donde le agrada mucho trabajar y lo señalará anotando en el paréntesis el signo (+).
- 2) Escoger 20 Empresas donde mas o menos le agrada trabajar y lo señalará anotando en el paréntesis el signo (Δ).
- 3) Escoger 20 Empresas donde nunca trabajaría y lo señalará anotando en el paréntesis el signo (-).

También debe tener presente las siguientes indicaciones que son muy importantes, en caso contrario, se anulara este test psicológico.

- a) Para desarrollar el Test se necesita 1 lapiz afilado y 1 borrador, no se acepta lapiceros ni plumones.
- b) Dispone de 18 minutos para leer las definiciones de las 60 empresas que hay en el reverso de esta hoja y después puede empezar a resolver el Test.
- c) Este Test psicológico utiliza la técnica de elección forzada, por lo tanto, tiene que escoger obligadamente 20 empresas por cada signo.
- d) Conteste en forma ordenada, es decir primero escoja las 20 (+), luego las 20 (Δ) y finalmente las 20 (-).
- e) En el momento de elegir las empresas, imagine una que está en excelente estado de funcionamiento, también imagine el ambiente físico donde trabajaría y el tipo de problemas que enfrentaría en esa empresa.

(+) <input type="checkbox"/> X3= (Δ) <input type="checkbox"/> X2= (-) <input type="checkbox"/> X1=	(+) <input type="checkbox"/> X3= (Δ) <input type="checkbox"/> X2= (-) <input type="checkbox"/> X1=	(+) <input type="checkbox"/> X3= (Δ) <input type="checkbox"/> X2= (-) <input type="checkbox"/> X1=	(+) <input type="checkbox"/> X3= (Δ) <input type="checkbox"/> X2= (-) <input type="checkbox"/> X1=	(+) <input type="checkbox"/> X3= (Δ) <input type="checkbox"/> X2= (-) <input type="checkbox"/> X1=	(+) <input type="checkbox"/> X3= (Δ) <input type="checkbox"/> X2= (-) <input type="checkbox"/> X1=
RRR	III	AAA	SSS	EEE	CCC

1. Compañía Petrolera ()	2. Centro de Estudios Aeronáuticos ()	3. Compositores y Arreglistas Musicales ()	4. Biblioteca Nacional ()	5. Restaurante de Lujo ()	6. Notaría Pública ()
7. Empresa de Producción Agrícola ()	8. Instituto de Arqueología ()	9. Orquesta o Conjunto Musical ()	10. Club de Atletismo y Deportes ()	11. Consorcio Inmobiliario ()	12. Servicio de composición de textos ()
13. Empresa de Crianza Ganadera ()	14. Observatorio Meteorológico ()	15. Estudio de Arquitectos ()	16. Corte Suprema de Justicia ()	17. Cadena de Supermercados ()	18. Banco de Ahorros y Créditos ()
19. Empresa Minera ()	20. Clínica Psiquiátrica ()	21. Ediciones de Historietas y Comics ()	22. Congreso de la República ()	23. Promotora de Eventos Deportivos ()	24. Estudio de Traducción ()
25. Fábrica de Muebles ()	26. Laboratorio de Productos Farmacéuticos ()	27. Galería de Artes ()	28. Embajada en un país extranjero ()	29. Club Nocturno Exclusivo ()	30. Ministerio de Economía ()
31. Fábrica de Automóviles ()	32. Instituto de Investigación Tecnológicas Industriales ()	33. Escritores de Obras Literarias ()	34. Congregación Misionera ()	35. Hotel de Primera Categoría ()	36. Estudio Contable ()
37. Base Aérea Militar ()	38. Hospital o Centro Médico ()	39. Estudio de Diseño Gráfico ()	40. Centro Educativo Escolar ()	41. Agencia de Publicidad ()	42. Estudio de Auctoria ()
43. Compañía Constructora ()	44. Consultoría en Proyectos de Ingeniería ()	45. Casa Decoradora de Interiores ()	46. Agencia de Noticias y Reportajes ()	47. Empresa Exportadora ()	48. Superintendencia de Bancos ()
49. Compañía Marítima Mercante ()	50. Servicio de Diseño de programas para computadoras ()	51. Compañía de Teatro ()	52. Centro de Readaptación Juvenil ()	53. Agencia de Viajes y Turismo ()	54. Instituto Nac. de Estadística ()
55. Central Hidroeléctrica ()	56. Planta de Energía Nuclear ()	57. Empresa Cinematográfica ()	58. Fundación de Ayuda y Asistencia Social ()	59. Empresa de Televisión ()	60. Banco Central de Reserva ()

Si Ud. terminó, entonces revise sus respuestas, porque deben existir 20 signos (+), 20 signos (Δ) y 20 signos (-). Gracias por su colaboración y ahora espere las instrucciones.

INTERESES

DEFINICIONES DE LAS EMPRESAS

1. COMPAÑÍA PETROLERA Empresa dedicada a la explotación de yacimientos petrolíferos.	2. CENTRO DE ESTUDIOS AERONAUTICOS Instituto de estudios avanzados sobre la teoría aerodinámica de aviones, proyectiles y satélites.	3. COMPOSITORES Y ARREGLISTAS MUSICALES Artistas dedicados a componer y arreglar partituras musicales.	4. BIBLIOTECA NACIONAL Instituto que ofrece servicios de lectura de libros educativos, protege y registra el Patrimonio Bibliográfico Nacional.	5. RESTAURANTE DE LUJO Comedor donde sirven a los clientes comidas y platos como pizzas, helados, sandwiches, jugos, etc.	6. NOTARÍA PÚBLICA Institución donde abogados garantizan la realización de contratos, testamentos y otros documentos jurídicos conforme a Ley.
7. EMPRESA DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Hacienda de agricultores que siembra y cosecha extensas hectáreas de cultivos vegetales.	8. INSTITUTO DE ARQUEOLOGÍA Centro que investiga restos culturales de civilizaciones desaparecidas.	9. ORQUESTA O CONJUNTO MUSICAL Equipo de artistas que interpretan partituras musicales.	10. CLUB DE ATLETISMO Y DEPORTES Centro donde entrena físicamente atletas y/o equipos deportivos.	11. CONSORCIO INMOBILIARIO Empresa que vende o alquila departamentos, oficinas y galerías comerciales y también compra y venta de terrenos.	12. SERVICIOS DE COMPOSICIÓN DE TEXTOS Empresa que mecanografía en computadora especial los textos de libros, enciclopedias o revistas.
13. EMPRESA DE CRIANZA GANADERA Hacienda de ganaderos que alimentan y cuidan grandes cantidades de reses.	14. OBSERVATORIO METEOROLÓGICO Estación que registra y pronostica las condiciones atmosféricas de una región.	15. ESTUDIO DE ARQUITECTOS Empresa que diseña en los planos, el estilo arquitectónico que va a tener una obra civil (casa, edificios, puentes, etc).	16. CORTE SUPREMA DE JUSTICIA Institución que se encarga de hacer justicia en los casos de demandas judiciales.	17. CADENA DE SUPERMERCADOS Consortio que administra una cadena de establecimientos que comercializa productos de consumo humano.	18. BANCO DE AHORRO Y CRÉDITOS Entidad donde se otorgan intereses y créditos bancarios y realiza todo tipo de operaciones financieras.
19. EMPRESA MINERA Compañía dedicada a la extracción de minerales de las minas.	20. CLÍNICA PSIQUIÁTRICA Centro médico especializado en el tratamiento de trastornos mentales.	21. EDICIONES DE HISTORIETAS Y CÓMICOS Revista dedicada a la publicación de historias, aventuras y novelas, ilustradas mediante dibujos.	22. CONGRESO DE LA REPÚBLICA Parlamento nacional que promulga leyes que fomentan el desarrollo económico, social y cultural de un país.	23. PROMOTORA DE EVENTOS Empresa que promueve y organiza campeonatos entre atletas o equipos deportivos.	24. ESTUDIO DE TRADUCCIONES Empresa que traduce textos (científicos, técnicos, judiciales o literarios) que están escritos en un idioma extranjero.
25. FABRICA DE MUEBLES Planta Industrial dedicada a la fabricación en serie de escritorios, mesas, sillones, etc.	26. LABORATORIO DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Planta Industrial que elabora sustancias medicinales.	27. GALERÍA DE ARTE Entidad privada que exhibe y vende obras de arte (pinturas, esculturas, grabados, etc.)	28. EMBAJADA DE UN PAÍS EXTRANJERO Institución que busca el bienestar de sus conciudadanos frente a los intereses del gobierno extranjero.	29. CLUB NOCTURNO EXCLUSIVO Centro de esparcimiento donde hay un salón de baile y servicio de snack bar.	30. MINISTERIO DE ECONOMÍA Institución que administra las ganancias y gastos del presupuesto general de la República.
31. FABRICA DE AUTOMÓVILES Planta Industrial dedicada a la fabricación de automóviles.	32. INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN TECNOLÓGICAS-INDUSTRIALES Centro que apoya los estudios de nuevos procedimientos tecnológicos que pueden ser aplicados a industria.	33. ESCRITORES DE OBRAS LITERARIAS Artistas dedicados a la creación de novelas, comedias y dramas para la TV, el teatro o editores de libros.	34. CONGREGACIÓN MISIONERA Hermandad religiosa que da apoyo, guía y esperanza a las personas que lo necesitan.	35. HOTEL DE PRIMERA CATEGORÍA Casa de hospedaje, que brinda atenciones a sus huéspedes.	36. ESTUDIO CONTABLE Empresa que registra el estado de ganancias y de pérdidas de sus clientes en los libros contables.
37. BASE AEREA MILITAR Centro de operaciones de aeronaves para combate o transporte de tropa.	38. HOSPITAL O CENTRO MÉDICO Centro médico donde se tratan las enfermedades, fracturas o cualquier otro tipo de trastorno humano.	39. ESTUDIO DE DISEÑO GRÁFICO Empresa que diseña dibujos originales/artísticos para los afiches, carátulas de revistas, logotipos y otros.	40. CENTRO EDUCATIVO ESCOLAR Plantel donde los escolares reciben educación inicial, primaria o secundaria.	41. AGENCIA DE PUBLICIDAD Empresa que difunde los slogans publicitarios, de un producto a través de la TV, radio o prensa escrita.	42. ESTUDIO DE AUDITORÍA Empresa que revisa cuidadosamente los libros contables que maneja el contador general en empresas.
43. COMPAÑÍA CONSTRUCTORA Empresa que edifica y construye casas, puentes represas y otras obras civiles.	44. CONSULTORÍA EN PROYECTOS DE INGENIERÍA Empresa que diseña los proyectos de complicadas obras civiles o militares relacionadas con la ingeniería.	45. CASA DECORADORA DE INTERIORES Empresa que arregla y embellece los ambientes de casas, oficinas, clubes, hoteles, etc.	46. AGENCIA DE NOTICIAS Y REPORTAJES Empresa que contiene y transmite noticias reportajes que son de gran interés para el público.	47. EMPRESA EXPORTADORA Compañía que proporciona algún producto nacional para venderlo en los mercados extranjeros.	48. SUPERINTENDENCIA DE BANCO Entidad que controla las actividades financieras de todos los bancos e investiga posibles fraudes financieros.
49. COMPAÑÍA MARÍTIMA MERCANTE Compañía que transporta mercadería pesada en una flota de barcos mercantes.	50. SERVICIO DE DISEÑO DE PROGRAMAS PARA COMPUTADORAS Empresa que diseña el esquema de procesamientos de datos que ejecutarán las computadoras.	51. COMPAÑÍA DE TEATRO Empresa que realiza el montaje y presentación de obras de teatro.	52. CENTRO DE READAPTACIÓN JUVENIL Centro donde los adolescentes desadaptados y jóvenes delincuentes son readaptados socialmente.	53. AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO Empresa que proporciona y vende pasajes para paseos hacia ciudades y lugares atractivos.	54. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Centro que elabora cuadros estadísticos de situaciones políticas, económicas o sociales como son la producción industrial, gastos alimenticios, censos, etc.
55. CENTRAL HIDROELÉCTRICA Planta de turbinas hidráulicas que generan energía eléctrica y la traslada para una ciudad.	56. PLANTA DE ENERGÍA NUCLEAR Central nuclear que genera energía eléctrica mediante la desintegración atómica.	57. EMPRESA CINEMATOGRAFICA Compañía que realiza el rodaje y la filmación de obras cinematográficas.	58. FUNDACIÓN DE AYUDA Y ASISTENCIA SOCIAL Institución que da ayuda médica, alimenticia, educativa y otros servicios a las familias que lo necesiten.	59. EMPRESA DE TELEVISIÓN Compañía que transmite comerciales publicitarios y programas de entretenimiento para los televidentes.	60. BANCO CENTRAL DE RESERVA Organismo que defiende la estabilidad de la moneda nacional protegiendo el tesoro de la República.