

DISPOSICIÓN PSICOLÓGICA Y EXPECTATIVAS DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO PARA LA FORMACIÓN DE EMPRESA Y EL ROL GERENCIAL

Vicuña Peri, Luis Alberto²; Paredes Tarazona, Mildred³; Hernández Valz, Héctor Manuel⁴; Solís Narro, Rolando Santiago⁵; Rivera Benavides, José Carlos⁶; Quesada Murillo, Rosario⁷.

RESUMEN

La investigación, no experimental, descriptivo comparativo con diseño transversal, se propuso despejar la interrogante: ¿difieren las disposiciones y expectativas psicológicas para la formación de empresas y asumir el rol gerencial según la facultad académico profesional a la que pertenece el estudiante y el género? La muestra fue de 736 estudiantes del 4to y 5to año de estudios de la UNMSM de diferentes facultades y agrupadas en tres áreas académicos-profesionales. Para la recolección de datos se elaboraron dos cuestionarios. El primero sobre Disposiciones Psicológicas para la formación de Empresas y el Rol Gerencial, el segundo fue un cuestionario de autopercepción, y además se utilizó la Escala M-L-1996 de Motivación. Se aplicó el análisis de varianza de dos factores, encontrando que tanto las Facultades Académico-Profesionales ni el género plantean diferencias sobre las disposiciones psicológicas para la formación de empresas y el rol gerencial, pero sí se encuentran diferencias significativas en la motivación según facultades y no por el género; donde la motivación de afiliación caracteriza prioritariamente al estudiante sanmarquino próximo a egresar. Finalmente del 90% de los examinados que manifiestan su voluntad para formar empresas, el 49% se inclina por las empresas de servicios, el 22% por las empresas de comercialización y el 19% por empresa de producción. Sólo el 10% señala no tener condiciones para formar empresas.

Palabras claves: Motivación, empresas, rol gerencial, disposiciones, expectativas.

PSYCHOLOGICAL DISPOSITION AND EXPECTATIONS IN UNIVERSITY STUDENTS FOR THE FORMATION OF COMPANY TRAINING AND MANAGEMENT

ABSTRACT

The present research was to clear the question: Do they differ psychological rules and expectations for business formation and management assume the role as professional academic faculty to which the student belongs and gender. The research is non-experimental descriptive comparative cross-sectional; the sample was 736 students in 4th and 5th year of study of the different Faculties UNMSM and grouped into three areas-academic professionals. To collect data first produced two questionnaires on psychological readiness for training and the Role of Business Management, the second was a questionnaire of self-perception, and also used the Scale ML-1996 from Grounds. We applied the analysis of variance of two factors, finding that both the Academic and Professional Faculty or gender differences arise on the psychological dispositions for business formation and management role, but if we find significant

²Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Correo electrónico: luisvicunaperi@hotmail.com

³Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Correo electrónico: mparedestarazona@unmsm.edu.pe

⁴Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Correo electrónico: hhvalz@gmail.com

⁵Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Correo electrónico: rsslisn@yahoo.es

⁶Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Correo electrónico: jocarivera@gmail.com

⁷Docente de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Correo electrónico: rquesadam@unmsm.edu.pe

differences in motivation and not according Faculties gender; where affiliation motivation primarily characterized by graduating student near San Marcos. Finally 90% of examinees who expressed a willingness to form companies, 49% favors service companies, 22% by the marketing companies and 19% per production company. Only 10% said no companies have requirements for membership.

Key words: Motivation, business management roles, rules and expectations.

PSYCHOLOGISCHE BEREISCHAFT UND ERWARTUNGEN VON STUDENTEN FÜR DIE BILDUNG VON GESCHÄFTEN UND MANAGEMENT ROLLE

ZUSAMMENFASSUNG

Die Forschungs-, nicht-experimentelle deskriptive vergleichende Querschnitt-Design wurde vorgeschlagen, die Frage: Sind psychologische Bereitschaft und Erwartungen für die Gründung von Geschäfte für die Studenten von verschiedenen Richtungen unterschiedlich? Die Stichprobe umfasste 736 Studenten der 4. und 5. Studienjahre von verschiedenen Richtungen aus UNMSM in drei Bereiche akademischer Fachrichtungen gruppiert. Für die Erfassung wurden zwei Fragebögen, auf der ersten, psychologische Bereitschaft für die Ausbildung und auf der zweiten die Rolle der Geschäftsführung ausgearbeitet, der zweite war ein Fragebogen der Selbstwahrnehmung, und ausserdem wurde den Maßstab ML-1996 von Wiese benutzt. Wir verwendeten die Analyse der Varianz der beiden Faktoren zu finden, die sowohl die akademische und berufliche Fakultät oder Unterschiede zwischen den Geschlechtern auf die psychische Dispositionen für die Gründung und Verwaltung, aber es gibt signifikante Unterschiede in der Motivation als Vermögen und nicht nach Geschlecht, in erster Linie zeigen das die Abschlussstudenten von San Marcos aus. Schließlich 90% der Untersuchten, die die Bereitschaft von Unternehmen darstellen, bevorzugt 49% Service-Firmen, 22% von der Marketing-Unternehmen und 19% pro Produktionsunternehmen. Nur 10% gaben an, keine gute Eigenschaften für die Bildung von Geschäften.

Stichworten: Motivation, Geschäfte, Management Rolle, Bereitschaft und Erwartungen.

I. INTRODUCCIÓN

Los modelos económicos de los últimos años en relación a las políticas de empleo, la generación de puestos y las condiciones laborales vienen sufriendo cambios significativos: pasan de un acceso al trabajo con características de dependencia a una determinada institución a la condición de prestación de servicios contractualmente estipulada. Esta realidad genera la necesidad en el individuo de capacitarse en búsqueda de satisfacer las demandas del mercado laboral y, en el mejor de los casos,

convertirse en el promotor protagónico de nuevos puestos de trabajo mediante la gestión empresarial, sea ésta: de servicios, de producción y de comercialización.

Sin embargo, el acceso a este rol protagónico, para generar nuevos puestos de trabajo mediante la gestión empresarial, no es espontánea a los cambios que vienen ocurriendo en las condiciones laborales: es, más bien, la respuesta del individuo que se autopercibe como eficiente y capaz de lograr metas a corto, mediano o largo plazo con objetivos adquiridos y desarrollados en

el curso de su vida y orientados mediante la formación académica otorgada por la Universidad; es decir si contamos con una población estudiantil que está próxima a concluir sus estudios universitarios y que tengan alta disposición y expectativas psicológicas para asumir los retos y los riesgos que la gestión empresarial lleva implícitas.

Ante esta situación, cuando trabajamos con una muestra de estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos pertenecientes a diferentes facultades y agrupadas en tres áreas académicos-profesionales se pretende despejar la siguiente interrogante: ¿difieren las disposiciones y expectativas psicológicas para la formación de empresas y asumir el rol gerencial según la facultad académico profesional a la que pertenece el estudiante y el género?

Despejando esta interrogante habremos alcanzado los objetivos siguientes:

- Determinar la medida en que las disposiciones y expectativas psicológicas para la formación de empresas y asumir el rol gerencial difieren según la facultad a la que pertenecen los estudiantes y el género.

- Determinar las preferencias hacia una de las siguientes clases de empresas: de servicios, de comercialización de producción o combinadas, según las facultades académicas a la que pertenecen los estudiantes y el género.

- Determinar el porcentaje de estudiantes agrupados por áreas académico profesionales con alta disposición y expectativas psicológicas para la formación de alguna de las siguientes clases de empresas: de servicio, de comercialización, de producción o combinadas.

Se asumen las disposiciones psicológicas como procesos internos con componentes innatos y aprendidos que facilitan a la persona la planificación,

ejecución, reestructuración en un campo de la actividad humana y que puede explorarse teniendo como referencia cualidades que tipifican a una determinada clase de personas cuya línea de vida está definida por su acción dominante. Para el presente estudio nuestra referencia es el fruto de investigaciones promovidas por la Oficina Internacional del Trabajo, principalmente los trabajos de Geoffrey G. Merdith, director del Centro de Investigaciones sobre Gestión Financiera de la Universidad de Nueva Inglaterra, de Armidale, Nueva Gales del Sur (Australia); Philip A Neck, ex Jefe de la Sección de Desarrollo de la Pequeña Empresa del Servicio de Desarrollo Gerencial de la OIT y Robert E. Nelson Director de la División de Estudios Comerciales de la Universidad de Illinois, de Urbana (EE:UU), para quienes los empresarios son personas que tiene la capacidad de descubrir y evaluar oportunidades en los negocios, de reunir recursos necesarios para aprovecharlas y de obrar en forma apropiada para lograr éxito. Para estos investigadores las cualidades de los empresarios son las siguientes:

- Confianza en sí mismo, definida como seguridad personal, independencia, individualismo y optimismo.

- Conciencia de la tarea necesaria y del resultado buscado, en términos de necesidad, deseo de lucro, tenacidad, perseverancia, determinación, laboriosidad, empuje, energía, iniciativa.

- Capacidad para asumir riesgos, en el sentido de sentir gusto por el riesgo calculado y el desafío.

- Capacidad para dirigir, exteriorizada en conducta de dirigente, acompañada por la facilidad para establecer buenas relaciones con otras personas y sensible a las sugerencias y críticas.

- Originalidad, en términos de capacidad de innovación y creatividad; flexibilidad (ausencia de prejuicios),

ingenio, talentos variados y buen manejo de información.

- Conciencia del futuro, expresada como previsión y sensibilidad a las tendencias que se manifiestan.

- Capacidad para la planificación y control y el empleo eficaz del tiempo.

Señalan los autores la improbabilidad de encontrar alguna vez un empresario que se destaque en la totalidad de las cualidades enumeradas, pero sí es muy probable que desarrollen la mayor parte de dichas cualidades, sobre todo la confianza en sí mismo, la capacidad de asumir riesgos, la flexibilidad, la necesidad de realizar y el deseo de ser independiente.

Por otra parte, asumimos a las expectativas psicológicas como el componente motivacional que actúa como punto crítico en las diferentes actividades humanas ante los cuales los sujetos se cargan de energía para la acción. Estos puntos críticos, según Mc Clellan, surgen como necesidades claramente definidas: la afiliación, el logro y el poder, capaces de orientar la vida de los individuos porque les confieren significado a sus acciones.

En la presente investigación las variables independientes son: la facultad académico-profesional al que pertenece el estudiante y el género.

Las variables dependientes fueron: las disposiciones y expectativas psicológicas para la formación de empresa y asumir el rol gerencial.

La variable controlada fue: todos los sujetos de la muestra pertenezcan a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, con matrícula vigente al cuarto o quinto año de estudios o sus equivalentes en ciclos académicos (séptimo al décimo).

Hipotéticamente, por la naturaleza de la formación académico - profesional y por razones culturales, esperamos encontrar:

diferencias significativas en función a las facultades académicas a las que pertenecen los estudiantes de los últimos ciclos universitarios y diferencias significativas en función al género, sin que ambas variables interactúen.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

La presente investigación es no experimental, descriptivo comparativa con diseño transversal, puesto que se realiza un análisis situacional de los estudiantes sanmarquinos de los últimos ciclos de formación académico-profesional respecto a sus expectativas y disposiciones psicológicas hacia la formación de empresas y el rol gerencial.

Se trabajó con una muestra constituida por 736 estudiantes obtenida mediante el método probabilístico por conglomerados y azar simple con un riesgo de error del ,10 y un nivel de confianza del ,05. Se utilizó como fuente las Estadísticas Académicas y Administrativas de la Oficina General de Investigación y Planificación de la UNMSM.

Los conglomerados se constituyeron en función a la agrupación por áreas y año de ingreso a la Universidad. Las áreas vigentes a la fecha son Área A (Facultades: Medicina, Farmacia, Odontología, Medicina Veterinaria, Ciencias Biológicas y Psicología), Área B (Facultades: Química, Administración, Contabilidad, Economía, Física, Matemáticas, Geología, Ing. Industrial, Ing. Electrónica), Área C (Facultades: Derechos, Letras y CC.HH. Educación y Ciencias Sociales).

Instrumentos de recolección de datos. Se elaboró dos cuestionarios: el primero, sobre Disposiciones Psicológicas para la formación de Empresas y hacia el Rol Gerencial; y un cuestionario de autopercepción de escala ordinal; asimismo, se utilizó la Escala M-L-1996 de Motivación.

El cuestionario sobre Disposiciones Psicológicas contiene 60 ítem distribuidos en ocho subtests o escalas. Cada uno evalúa las disposiciones del examinado respecto a las cualidades de los empresarios señaladas líneas arriba y están identificadas con números romanos, tal como a continuación se reproduce.

<i>Subtest o Escala</i>	<i>Número de ítem</i>
I Confianza en sí mismo	06
II Conciencia de la tarea necesaria	08
III Capacidad de asumir riesgos	08
IV Capacidad para dirigir	08
V Originalidad	08
VI Conciencia de futuro	07
VII Capacidad para la planificación	07
VIII Empleo eficaz del tiempo	08

La validez fue por el método de contenido utilizando el criterio de diez jueces expertos en Psicología Organizacional. Se seleccionaron los ítems que resultaron desde la óptica de los expertos, conformes con los criterios cuyas opiniones deberán resultar significativas al ,05 de margen de error, mediante el análisis del Ji cuadrado. Para la confiabilidad se utilizó el método de la consistencia interna. Los coeficientes fueron desde un mínimo de ,88 hasta ,96, tal como podrá verse en la tabla 1. Asimismo, se utilizó el método de constructo mediante la intercorrelación entre subtest y subtest total. Se encontraron correlaciones significativas, lo que indica que cada subtest está midiendo parte de la misma variable explorada, tal como puede verse en la tabla 2.

Tabla 1 *De confiabilidad por el método de consistencia interna de Test de Disposiciones Psicológicas para la Formación de Empresas y el Rol Gerencial.*

Sub Test	r_{20}
Confianza en sí mismo	,88
Conciencia de la tarea nec. y del resultado.	,90
Capacidad de asumir riesgos.	,91
Capacidad para dirigir	,94
Originalidad	,92
Conciencia del futuro	,90
Capacidad para la planificación y control	,92
El empleo eficaz del tiempo	,93
Test Total	,96

La escala ordinal de expectativas estuvo constituida por tres ítem: el primer tipo encuesta en la que se pregunta al examinado si formaría o no una empresa. El segundo ítem está supeditado a la respuesta afirmativa preguntando qué clase de empresa: de servicio, de comercialización o de producción. El sujeto debe contestar en base a su preferencia. El tercer ítem está dirigido para aquellos examinados que contestaron negativamente para la formación de empresas, debiendo ordenar,

entre cuatro opciones, las razones por las que no están dispuestos a formar una empresa. La confiabilidad de esta escala ordinal de expectativas fue por el método del test- retest, obteniendo un coeficiente de ,98.

La Escala M- L-1996 fue elaborada por el autor para la investigación de 1996, constituida por 18 situaciones estructuradas y tres preguntas correspondientes a cada una con un total de 54 ítem. La validez fue

por el método de constructo, obteniéndose correlaciones significativas entre cada una de sus componentes. Esto se confirma en la

presente investigación, tal como podrá verse en la tabla 2.

Tabla 2 *De correlaciones intertest, test total del cuestionario de Disposiciones para la Formación de Empresa y el rol gerencial y del Cuestionario de Motivaciones M-L-1996.*

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	Filiac	Poder	Logro
I											
II	,43										
III	,51	,38									
IV	,25	,41	,35								
V	,35	,42	,28	,46							
VI	,38	,37	,22	,34	,41						
VII	,52	,46	,44	,33	,48	,46					
VIII	,44	,30	,36	,28	,36	,37	,58				
Filiac	,30	,35	,23	,25	,30	,28	,37	,30			
Poder	,20	,20	,17	,13	,16	,15	,24	,21	,72		
Logro	,12	,24	,06	,16	,14	,09	,18	,16	,61	,84	
Total	,67	,67	,63	,61	,66	,62	,76	,68	,42	,27	,19

La confiabilidad fue por el método del test-retest. Se obtuvo un coeficiente de ,88 al aplicarse la prueba con un intervalo de tres meses.

La recolección de datos fue en forma colectiva, en grupos que fluctuaron desde un mínimo de 8 hasta un máximo de 15 examinados por vez. Los estudiantes que aceptaron tuvieron toda la disposición del caso y despertó en ellos curiosidad por conocer sus resultados.

III. RESULTADOS

Para despejar la interrogante, si la facultad académica a la que pertenece el estudiante y el género plantean diferencias sobre las disposiciones y expectativas psicológicas para la formación de empresas y el rol gerencial, los datos fueron

sometidos al análisis de varianza de dos factores. El primero, respecto a las facultades que contemplan diecinueve dimensiones; y el segundo factor, el género con dos dimensiones. Al concluir con los análisis se encontró que ni la facultad académica ni el género son variables que plantean diferencias significativas en las disposiciones psicológicas para la formación de empresas y para asumir el rol gerencial. En relación a la motivación, se ha encontrado que la facultad académica sí plantea diferencias significativas y no según el género. Asimismo, no se registra interacción entre ambas variables, tanto para las disposiciones como para las expectativas. Estos resultados pueden verse en la tabla resumen 3 de análisis de varianza.

Tabla 3 *Resumen de análisis de varianza en función a la facultad a la que pertenece el estudiante y al género*

Nombre del subtest	Razón	F. por	F. por	F.
	F. Total	Facultad	Género	Interacción
Confianza en sí mismo	1,70	1,90	,99	1,92
Conciencia de la tarea necesaria y del resultado buscado.	,52	,90	,60	,92
Capacidad de asumir riesgos	1,88	1,98	,88	1,50
Capacidad para dirigir	,91	1,24	,90	1,35
Originalidad	1,12	1,80	1,01	1,82
Conciencia del futuro	1,69	1,82	,95	1,90
Capacidad para la Planificación y control	1,45	1,98	,98	2,00
El empleo eficaz del tiempo	,95	1,80	,60	,95
Total de disposiciones Psicológicas	1,89	1,96	,39	1,80
Motivación de Afilación	2,49*	3,80*	,39	1,48
Motivación de Poder	3,92*	7,84*	,28	,52
Motivación de logro	3,33*	6,34*	,57	,72

Los asteriscos indican razones F significativas al ,05 de margen de error ($F' = 2-06$)

En un análisis complementario se efectuaron correlaciones entre cada una de las escalas de Disposiciones con las Expectativas Motivacionales y se encontró que todas las escalas de disposiciones se correlacionan significativamente con la motivación de afiliación, sólo cuatro escalas se correlacionan con la motivación de poder y dos con la motivación de logro, tal como puede verse en la tabla 2.

Por otro lado, en la escala ordinal, el 90% de los examinados manifiesta su voluntad para conformar una empresa, frente al sólo 10% de examinados quienes señalan no tener condiciones para formar una empresa.

El 90% de los examinados que manifiestan su voluntad para formar empresas se distribuyen de la manera siguiente:

- El 49% se inclina por la conformación de empresa de servicio.
- El 22% se interesan por formar empresas de comercialización.
- El 19% para empresas de producción.

En la tabla 4 se presenta en detalle el porcentaje de estudiantes con y sin autopercepción favorable hacia la formación de empresas, y también la preferencia hacia el tipo de empresa que estarían dispuestos a formar.

Tabla 4 *Cuadro porcentual descriptivo de la encuesta y escala de ordenación en base a la autopercepción para formar empresa y clase de empresa en función a las áreas académico profesionales.*

Área Académica	ALUMNOS Número	TIPO DE RESPUESTA		TIPO DE EMPRESA		
		SI	NO	Servicios	Comercialización	Producción
A	178	19,56	,87	11,30	3,04	5,22
B	296	42,17	4,35	18,26	12,61	11,30
C	262	27,83	5,22	19,56	6,09	2,17
GENERAL	736	89,56	10,43	49,00	22,00	19,00

Con el objeto de identificar el grado de disposición y de expectativas para la formación de empresa y el rol gerencial se calculó las medidas de tendencia central

para la muestra en general, encontrando los resultados que se reproducen en la tabla 5.

Tabla 5 *De medidas de tendencia central de la muestra examinada para cada uno de los subtest del Cuestionario de Disposiciones Empresariales y del Cuestionario de Motivación de logros.*

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	Total	M.Afi	M.Pod	M.Log
n	736	736	736	736	736	736	736	736	736	736	736	736
v.e.	16-20	13-43	21-48	18-43	13-43	11-42	14-42	8-48	178-335	18-103	18-100	23-99
Media	25,73	32,48	32,24	30,74	31,73	28,70	28,99	30,95	240,18	71,10	66,61	65,42
Md	25	32	32	31	32	28	28	31	239	71	66,50	65
Mo	23	32	30	31	31	28	26	31	239	69	61	64
DS	3078	4,12	4,45	4	3,84	4,09	4,61	5,39	24	11,73	12,38	13,15

Con el objeto de facilitar la lectura comparativa entre lo hallado y sus referencias estándar se reproducen a continuación las normas de interpretación de las puntuaciones directas en categorías,

tanto del Cuestionario de Disposiciones Psicológicas para la Formación de Empresa y hacia el Rol Gerencial como de la Escala de Motivación. (Tablas 6 y 7)

Tabla 6 *De conversión de puntuaciones directas a categorías del Cuestionario de Disposiciones Psicológicas para la Formación de Empresas y hacia el Rol Gerencial.*

Categoría	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	TOTAL
Muy Alta	34-36	45-48	45-48	45-48	45-48	40-42	40-42	43-48	334-360
Alta	28-33	37-44	37-44	37-44	37-44	33-39	33-39	37-44	274-333
T. Alta	22-27	29-36	29-36	29-36	29-36	26-32	26-32	29-36	214-273
T. Baja	16-21	21-28	21-28	21-28	21-28	19-25	19-25	21-28	154-213
Baja	10-15	13-20	13-20	13-20	13-20	12-18	12-18	13-20	94-153
Muy Baja	6-9	8-12	8-12	8-12	8-12	7-11	7-11	8-12	60-93

Tabla 7 *De conversión de puntuaciones directas a categorías del Inventario de Motivación.*

Categorías	Afiliación	Poder	Logro
Muy alto	101-108	101-108	101-108
Alto	83-100	83-100	83-100
Tendencia Alto	65-82	65-82	65-82
Tendencia Bajo	47-64	47-64	47-64
Bajo	29-46	29-46	29-46
Muy Bajo	18-28	18-28	18-28

De la lectura comparativa entre la tabla 5 y las tablas de transformaciones de punta.

Las escalas cuyas tendencias son muy favorables son las siguientes: conciencia de la tarea necesaria y del resultado buscado (II), capacidad de asumir riesgos (III), conciencia del futuro (VI) y capacidad para la planificación y control (VII).

Las escalas donde solo hay tendencia hacia lo favorable son: confianza en sí mismo (I), capacidad para dirigir (IV), originalidad (V) y el empleo eficaz del tiempo (VIII).

Respecto a las motivaciones y expectativas, la motivación de afiliación ha resultado con tendencia hacia la alta afiliación, seguida por la motivación de poder y con menor tendencia, pero no baja, la motivación de logro, resultados que se puede ver en la tabla 5.

IV. DISCUSIÓN

La Universidad Nacional Mayor de San Marcos capacita a la juventud en diecinueve facultades académico profesionales, cuya naturaleza en su contenido teórico y práctico rápidamente nos deja entrever que algunas facultades debería diferenciarse por un mayor interés para la conformación de empresas y el rol gerencial; por otro lado, la motivación que teóricamente impulsa hacia el crecimiento sostenido en dirección a la autorrealización es la motivación de logro. Sin embargo, encontramos que las Facultades a las que pertenecen nuestros jóvenes próximos a egresar no plantea diferencias significativas sobre las disposiciones psicológicas para la formación de Empresas y el rol gerencial. Este hecho posiblemente se deba a la creciente demanda en nuestro medio de diversos servicios que pueden ser cubiertos con idoneidad por profesionales de las diferentes especialidades, lo que explica que el 49% se inclinan por la formación de este tipo de empresas, en tanto que las empresa de comercialización que

representan el 22% de los intereses tiende a ubicarse para las facultades que exigen un mayor rigor para las transacciones teórico-técnicas, como la administración y la jurisprudencia, en tanto que las facultades de alto rigor tecnológico se inclinan hacia las empresa de producción, tal como las ingenierías y también administración.

Por otro lado, culturalmente se esperaría que la mujer opte por roles más tradicionales que le demanden menor esfuerzo para asumir riesgos y tener que dirigir bajo su responsabilidad el trabajo de otros, cargándose así de roles y funciones atribuidos al varón. No obstante, la mujer de ahora, al parecer, no se problematiza con estas funciones y se autopercibe como capaz para asumir las obligaciones que toda actividad empresarial y gerencial lleva consigo. Esta autopercepción implica que la mujer no atribuya como exclusividad masculina la actividad empresarial, hecho que se presenta en esta investigación cuando encontramos que el género no influye sobre las disposiciones psicológicas para la formación de empresa y asumir el rol gerencial.

Teóricamente la motivación de logros debe ser el componente motivacional para la actividad empresarial, en cuanto este tipo de motivación tiene como incentivo la satisfacción de la tarea concluida hacia metas cada vez mayores, donde el trabajo y el sacrificio de otras actividades encuentran satisfacción retroalimentativa; donde el placer por el trabajo es superior a cualquier otra demanda asumida como trivial. Este constante trabajo, cuyo norte es siempre una meta posible, exige largas jornadas de trabajo hasta alcanzar lo esperado, sin perder de vista su propia capacidad individual. La otra clase de motivación, la centrada en el poder, remite al sujeto a conquistar los fines, no importa los medios que se deban utilizar, con tal de que la meta sea lograda. En esta clase de motivación el sujeto es capaz, también, de mantener un

esfuerzo constante con la finalidad de alcanzar la capacidad que le haga sentirse amo y señor de la situación al conseguir la dirección y la centralización de la toma de decisiones y responsabilidad en sí misma. Curiosamente, estas dos motivaciones están relativamente bajas. La más alta es la motivación de afiliación, por la que el sujeto vive el impulso de alcanzar el reconocimiento de los demás, satisfacer los objetivos de su grupo y sentirse realizado enmarcando metas propuestas por su equipo o su compañero de trabajo.

Como se podrá notar del resultado encontrado, existe un pronóstico favorable hacia la conformación de empresas y asumir el rol gerencial; sin embargo, existiendo la motivación de afiliación como principal componente, el futuro de las empresas no aseguran un desarrollo autosostenido, conseguido cuando el reclutamiento de los miembros está en función a la capacidad productiva y no en la amigabilidad o parentesco cuyo futuro lo hace incierto. Empresas así constituidas durarán mientras los gestores o promotores estén al frente, pero una vez ausentes, quedarán al vaivén de las circunstancias supeditadas a lo que la buena voluntad pueda lograr. Ante este hecho, y dado que el futuro se torna favorable para la conformación de empresas en base a las disposiciones psicológicas existentes en nuestros jóvenes, lo conveniente salta a la vista: la orientación a los futuros empresarios sobre los inconvenientes de mantener la motivación de afiliación que definitivamente, sin ser mala, no asegura el desarrollo autosostenido.

De lo expuesto se derivan las conclusiones siguientes:

La facultad académico-profesional a la que pertenece el estudiante

sanmarquino próximo a egresar no plantean diferencias significativas sobre las disposiciones psicológicas para la conformación de empresas y asumir el rol gerencial.

El género en el sanmarquino próximo a egresar no plantean diferencias significativas sobre las disposiciones psicológicas para la conformación de empresas y asumir el rol gerencial.

La motivación de afiliación caracteriza prioritariamente a los jóvenes estudiantes con disposición para la conformación de empresas y asumir el rol gerencial, seguido por la motivación de poder y finalmente por la motivación de logro que, dicho sea de paso, debería estar en primer orden.

El 90% de los estudiantes próximos a egresar presentan disposiciones psicológicas para la conformación de empresas, de los cuales el 49% se inclinan a favor de las empresas de servicio, el 22% hacia las empresas de comercialización, el 19% hacia las empresas de producción y solo el 10% comunica no tener capacidades ni medio para la formación de empresas y asumir el rol gerencial.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Kotter, J. & Heskett, J. (1992). *Corporate Culture and Performance*. De. The Free Press.
- Mc Clelland, D.C. (1953). *Studies in motivation*. New York: Appleton Century.
- Meredith, G., Nelson, R. & Neck, P. (1988). *Lo que todo pequeño empresario debe saber*.

Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.

Oficina General de Investigación y
Planificación de la UNMSM. Boletín Nro. 6
Estadísticas Académicas y Administrativas.
Agosto-Setiembre 1997.

Stephen, R. (1994). *Comportamiento
Organizacional. Conceptos .Controversias
y Aplicaciones*. (3ª ed.). Prentice Hall

FECHA DE RECEPCIÓN: 9 de octubre del 2009

FECHA DE ACEPTACIÓN: 13 de octubre del 2009