

## EDITORIAL

El artículo 52 de la nueva Ley Universitaria obliga a las universidades, como parte de su actividad formativa, a promover entre sus estudiantes iniciativas de emprendimiento empresarial, brindando asesoría a través de sus docentes y el uso de equipos e instalaciones. Concordante con ese mandato, el Estatuto de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el artículo 135, precisa las acciones que deben realizar las Facultades y, dentro de ellas, las Escuelas Académico Profesionales y demás unidades, para promover entre los estudiantes emprendimientos en la creación de micro y pequeñas empresas. Al igual que la ley, nuestra carta magna reitera la obligatoriedad del asesoramiento de docentes por cada iniciativa, propuesto por los estudiantes que incursionen. Incluso dicha iniciativa, a modo de informe sistematizado, servirá en los estudiantes de pregrado para optar grados académicos de bachiller y posteriormente obtener su título profesional.

Siendo este el contexto del nuevo escenario sobre los cuales se deben gestionar las universidades, interesa sobremanera conocer todo lo pertinente al proceso de emprendimiento en los estudiantes, así como los mecanismos que la sociedad y en particular los centros superiores de enseñanza deben desarrollar, para promover y sostener iniciativas en esa línea, fundamentalmente aquellos que provienen de sus estudiantes de pregrado.

Al respecto, la formación del emprendimiento viene cobrando importancia en las últimas dos décadas. Hay una serie de autores que plantean el emprendimiento como una disciplina susceptible de ser enseñada y aprendida (Kuratko, 2003). Así, el número de cursos cuyo tópico central es el emprendimiento viene aumentando vertiginosamente en los diferentes programas sobre la preparación empresarial en el contexto nacional e internacional. De igual forma, bajo este enfoque, se considera la formación en capacidades, habilidades y conocimientos que permitan desarrollar un potencial emprendedor en los estudiantes universitarios, los cuales han surgido del estudio, observación y análisis a los emprendedores empresariales, fundamentalmente micro y pequeños empresarios con diferentes niveles de éxito.

Las investigaciones sobre personalidad emprendedora apuntan a resolver por qué algunos individuos son emprendedores y otros no; de la misma forma, por qué algunos emprendedores tienen más éxito que otros (Hisrich, 2007). De allí, que ahora interesa sobremanera descubrir los rasgos y características de personalidad que permitan predecir comportamientos emprendedores. Según Hornaday Uriarte y Martín (2007), la investigación sobre las características del individuo emprendedor apunta a tres cuestiones principales: 1. La existencia de características de índoles psicológicas, sociales, hereditarias, ambientales, educacionales o experimentales que diferencien al emprendedor con éxito de otros grupos humanos. 2. De ser así, si es posible que esas características existan previamente al comportamiento emprendedor y 3. Determinar la posibilidad de evaluarlas y anticiparlas al proceso de la creación de empresa.

Estos antecedentes dan cuenta del amplio interés por entender y predecir las condiciones individuales que facilitan o dificultan el comportamiento emprendedor, entendidas como actitudes, aptitudes, habilidades y rasgos, entre otras. Precisamente por ello, en el presente número hay varios artículos dedicados en esa línea. Investigaciones referidas a la cultura emprendedora, así como los perfiles emprendedores de nuestros estudiantes, fundamentalmente a nivel de pregrado, amén de otros artículos, son los que forman parte de la presente publicación. Precisamente el artículo de la prof. Emma Pérez se encarga de revisar el perfil psicosocial de los estudiantes de Negocios Internacionales, desde la perspectiva de la inteligencia emocional y las características demográficas, elementos importantes que configuran el perfil del emprendedor.

Otro artículo interesante en esa línea llevan como autoras a las doctorandas y docentes universitarias Patricia Stuart y Andrea Arauz, quienes, a través de una investigación empírica, muestran la responsabilidad social empresarial como herramienta estratégica para la competitividad de las pymes del sector textil.

Continuando con los lineamientos para la publicación, el presente número también trae consigo diversos artículos de interés para nuestra disciplina. Así tenemos: Epistemología crítica de la administración, del profesor Julio López; Enfoque sistémico en la formación profesional del auditor como capital humano, de Félix Rivera; Gestión de los procesos y su relación con el plan estratégico en un contexto de modernización de la gestión pública peruana, de los profesores José Begazo y Walter Fernández; Planificando el desarrollo con impulso de la Universidad-Empresa a través de la innovación y la tecnología, de Pablo Mauricio; Sobrecostos en el servicio de carga aérea y competitividad de empresas de comercio exterior en Lima Metropolitana, de los profesores Pedro Tito y José Bazán; Desarrollo estratégico de Recursos Humanos en la UNMSM, del profesor Kennedy Narciso, entre otros.

*Dr. Pedro L. Tito Huamani*  
**Director del Instituto de Investigación**