



**UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y  
PEDAGÓGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS**

**NIVEL DEL EMPRENDIMIENTO Y PERFIL DEL  
EMPRENDEDOR EN ALUMNOS DE LA CARRERA  
PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA  
UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI ILO  
2019**

**PRESENTADO POR**

**Bach. MAYRA MILAGROS ELEFTERIU JIRON**

**ASESOR**

**Mgr. Humberto Brian Tovar Chambilla**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO  
COMERCIAL**

**MOQUEGUA-PERÚ**

**2021**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>PÁGINA DE JURADO .....</b>	<b>I</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>III</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO .....</b>	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>IX</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XI</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>XII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XIII</b>
<b>CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>14</b>
1.1. Descripción de la Realidad Problemática .....	14
1.2. Definición del Problema .....	16
1.2.1 Problema Principal .....	16
1.2.2 Problemas Secundarios.....	16
1.3. Objetivos de la Investigación.....	17
1.3.1. Objetivos Generales .....	17
1.3.2. Objetivos Específicos .....	17
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación .....	17
1.5. Operacionalización de Variables .....	18
1.6. Hipótesis de la Investigación .....	18
1.6.1. Hipótesis General.....	18
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>19</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	19
2.2. Bases Teóricas .....	21
2.3. Marco Conceptual.....	23
<b>CAPÍTULO III MÉTODO .....</b>	<b>28</b>
3.1. Tipo de Investigación.....	28

3.2. Diseño de Investigación.....	28
3.2.1. Tipo de Diseño.....	28
3.3. Población y Muestra .....	28
3.3.1. Población.....	28
3.3.2. Muestra.....	29
3.3.3. Muestreo.....	29
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	29
3.4.1. Técnicas de Recolección de Datos .....	30
<b>CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
4.1. Resultados Descriptivos .....	32
4.1.1. Variable Situación del Emprendimiento .....	32
4.2. Contrastación de Hipótesis .....	89
4.2.1. Hipótesis General.....	89
<b>CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>99</b>
5.1. Conclusiones .....	99
5.2. Recomendaciones .....	101
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>103</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables .....	18
<b>Tabla 2</b> Valores de la Variable situación emprendimiento .....	30
<b>Tabla 3</b> Valores de la Variable Perfil del emprendedor .....	30
<b>Tabla 4</b> Edad .....	32
<b>Tabla 5</b> Genero.....	33
<b>Tabla 6</b> Semestre académico.....	34
<b>Tabla 7</b> Situación Laboral.....	35
<b>Tabla 8</b> Que términos describen el mejor emprendimiento .....	35
<b>Tabla 9</b> Calificación del Emprendimiento en la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial.....	36
<b>Tabla 10</b> ¿Cómo te ves al egresar de la carrera profesional de Ingeniería Comercial? .....	37
<b>Tabla 11</b> ¿Cuánto tiempo te tomaría una vez egresado de la carrera, emprender una idea de negocio?.....	38
<b>Tabla 12</b> ¿Ha emprendido una idea de negocio anteriormente? .....	39
<b>Tabla 13</b> ¿Tienes alguna idea de negocio? .....	40
<b>Tabla 14</b> ¿Actualmente, estás emprendiendo una idea de negocio? .....	41
<b>Tabla 15</b> ¿Si emprendieras, serías capaz de arriesgar una idea de negocio? .....	42
<b>Tabla 16</b> ¿Si tuvieses una idea de negocio, qué sector pertenecería? .....	43
<b>Tabla 17</b> ¿Tienes algún familiar directo que sea empresario?.....	44
<b>Tabla 18</b> ¿Cree ud. que un taller didáctico ayudaría a estimular y fortalecer las habilidades emprendedoras en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial? .....	45
<b>Tabla 19</b> Me esmero en buscar cosas que necesiten hacerse .....	46
<b>Tabla 20</b> Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrar una solución .....	47
<b>Tabla 21</b> Termine mi trabajo a tiempo .....	48
<b>Tabla 22</b> Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente .....	49
<b>Tabla 23</b> Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final .....	50
<b>Tabla 24</b> Me gusta pensar en el futuro.....	51

<b>Tabla 25</b> Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo recaudo toda la información posible antes de darle curso .....	52
<b>Tabla 26</b> Planifico un proyecto grande dividiendolo en tareas de menor envergadura .....	53
<b>Tabla 27</b> Logro que otros apoyen mis recomendaciones.....	54
<b>Tabla 28</b> No importa quien sea mi interlocutor, lo escucho con atención.....	55
<b>Tabla 29</b> Hago lo que se necesite hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga .....	56
<b>Tabla 30</b> Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero .....	57
<b>Tabla 31</b> Soy fiel a las promesas que hago .....	58
<b>Tabla 32</b> Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que laboro .....	59
<b>Tabla 33</b> Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre que haré con mi vida.....	60
<b>Tabla 34</b> Busco el consejo de personas que son especialistas en lo que me estoy desempeñando.....	61
<b>Tabla 35</b> Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea .....	62
<b>Tabla 36</b> No invierto mucho tiempo en pensar cómo puedo influenciar a otras personas .....	63
<b>Tabla 37</b> Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista.....	64
<b>Tabla 38</b> Me resiento cuando no logro lo que quiero .....	65
<b>Tabla 39</b> Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades .....	66
<b>Tabla 40</b> Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto mi cometido.....	67
<b>Tabla 41</b> Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros, para cumplir con la entrega a tiempo.....	68
<b>Tabla 42</b> Me molesta cuando pierdo tiempo.....	69
<b>Tabla 43</b> Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar.....	70

<b>Tabla 44</b> Mientras más específicas sean mis expectativas de lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito .....	71
<b>Tabla 45</b> Tomo acción sin perder tiempo buscando información.....	72
<b>Tabla 46</b> Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitan.....	73
<b>Tabla 47</b> He sufrido fracasos en el pasado.....	74
<b>Tabla 48</b> Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en los que me siento seguro.....	75
<b>Tabla 49</b> Cuando me enfrento a serias dificultades, rápidamente me desplazo a otras actividades .....	76
<b>Tabla 50</b> Cuando estoy haciendo un trabajo para otras personas, me esfuerzo en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo .....	77
<b>Tabla 51</b> Nunca quedo totalmente satisfecho con las formas que se hacen las cosas, siempre considero en que hay manera de hacerlo mejor .....	78
<b>Tabla 52</b> Llevo a cabo tareas arriesgadas .....	79
<b>Tabla 53</b> Cuento con un plan claro en mi vida .....	80
<b>Tabla 54</b> Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro de que entiendo lo que quiere la otra persona .....	81
<b>Tabla 55</b> Me enfrento a los problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos.....	82
<b>Tabla 56</b> A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema .....	83
<b>Tabla 57</b> Mi familia y mi vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajo, que yo mismo defino.....	84
<b>Tabla 58</b> Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales .....	85
<b>Tabla 59</b> Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos.....	86
<b>Tabla 60</b> Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas contradigan enérgicamente .....	87

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad.....	33
Figura 2 Genero .....	34
Figura 3 Semestre académico .....	34
Figura 4 Situacion laboral.....	35
Figura 5 . Emprendimiento .....	36
Figura 6 Calificación del Emprendimiento en la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial.....	37
Figura 7 Al egresar de la carrera profesional de Ingeniería Comercial .....	38
Figura 8 Tiempo para emprender una idea de negocio.....	39
Figura 9 Emprendimiento de negocio anteriormente .....	40
Figura 10 Tienes alguna idea de negocio.....	41
Figura 11 . Empezando una idea de negocio.....	42
Figura 12 Arriesgarse por una idea de negocio .....	43
Figura 13 Sector del Negocio .....	44
Figura 14 Familiar que sea empresario .....	45
Figura 15 Taller didáctico.....	46
Figura 16 Me esmero en buscar cosas que necesiten hacerse.....	47
Figura 17 Enfrontar un problema difícil .....	48
Figura 18 Terminar el trabajo a tiempo .....	49
Figura 19 Molestia cuando las cosas no se hacen debidamente .....	50
Figura 20 . Preferencia de situaciones de control al máximo .....	51
Figura 21 Pensar en el futuro .....	52
Figura 22 Recaudar toda la información posible .....	53
Figura 23 Planificación de un proyecto .....	54
Figura 24 apoyen mis recomendaciones .....	55
Figura 25 No importa quién sea mi interlocutor .....	56
Figura 26 Hacer lo necesario sin que otros tengan que pedirlo. ....	57
Figura 27 . Insistir varias veces. ....	58
Figura 28 Cumple las promesas.....	59
Figura 29 Rendimiento en el trabajo.....	60
Figura 30 Pensar que es una perdida de tiempo preocuparse que haré con mi vida...61	

Figura 31 Consejo de especialistas .....	62
Figura 32 Consider cuidadosamente las ventajas y desventajas de las alternativas ...	63
Figura 33 influenciar en otras personas .....	64
Figura 34 Modo de pensar si otros difieren con mis puntos de vista.....	65
Figura 35 Frustración cuando no logro lo que quiero.....	66
Figura 36 Desafíos y Oportunidades .....	67
Figura 37 Persistencia.....	68
Figura 38 Hacer el trabajo de Otros.....	69
Figura 39 Molestia por perdida de tiempo .....	70
Figura 40 Posibilidades de exito o fracxaso .....	71
Figura 41 Expectativas- Posibilidades de éxito .....	72
Figura 42 Tomar acciones sin información .....	73
Figura 43 Anticiparse a los problemas .....	74
Figura 45 . Preferencia por tareas que domino .....	76
Figura 46 Desplazo a otras actividades.....	77
Figura 47 trabajo para otras personas, me esfuerzo en forma especial.....	78
Figura 48 Nunca quedo totalmente satisfecho con las formas que se hacen las cosas .....	79
Figura 49 Llevo a cabo tareas arriesgadas .....	80
Figura 50 . Cuento con un plan claro en mi vida.....	81
Figura 51 Realizar un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro .....	82
Figura 52 Enfrontar los problemas a medida que surgen, en vez de anticiparlos.....	83
Figura 53 Para alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todos los involucrados en el problema .....	84
Figura 54 entrega de trabajo .....	85
Figura 55 Metas semanales.....	86
Figura 56 Tareas o proyectos.....	87
Figura 57 Firme en mis decisiones .....	88



## INTRODUCCIÓN

En la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial es trascendental el conocimiento y aplicabilidad del emprendimiento como línea de investigación, considerado como una de las aristas que coadyuvan a la formar el perfil profesional de un Ingeniero Comercial, teniendo como objetivo lograr la independencia financiera y emprender un propio negocio.

Con esta apertura este estudio a través de la recopilación de información se determinará la situación actual del emprendimiento en la escuela Profesional de Ingeniería Comercial y su relación con el perfil de los estudiantes que integran la escuela en mención.

El estudio estaba formado por de cinco capítulos, en el primero se encuentra lo que es la problemática, se plantean los objetivos, justificación, operacionalización de variables y por último las hipótesis. En el segundo se encuentra los trabajos hechos acerca del tema, la parte teórica del trabajo, y definición de conceptos. En el tercero tenemos la metodología donde se encuentra el tipo de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos para el recojo de datos y posteriormente el análisis de estos datos. En el cuarto están los resultados, contrastación de hipótesis y discusión. Y en el quinto se halla las conclusiones y recomendaciones. Después vienen referencias bibliográficas, y al final anexos.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación describir el nivel del emprendimiento de los alumnos de la Carrera Profesional de Ingeniería de la Universidad José Carlos Mariátegui de la Filial Ilo. Es preciso indicar que una de las aristas que rigen la formación profesional tiene como foco el emprendimiento como base fundamental académica, con la perspectiva de incentivar el emprendedurismo en la región, con miras de coadyuvar en el incremento del desarrollo económico social del País., el trabajo es de tipo descriptiva y de diseño no experimental. Se presenta en este trabajo como variable de investigación el emprendimiento y el perfil del emprendedor que nos permita conocer la situación del emprendimiento en los estudiantes y perfil de los mismos, que nos permita tener una línea base para la toma de decisiones mediante las acciones concretas y de impacto para la mejora continua en esta área que hoy es relevante para el desarrollo del País.

Palabras claves: emprendimiento, perfil del emprendedor, percepción.

## **ABSTRACT**

The present research work describes the level of entrepreneurship of the students of the Professional Engineering Career of the José Carlos Mariátegui University of the Ilo Branch. It should be noted that one of the edges that govern professional training focuses on entrepreneurship as a fundamental academic base, with the perspective of encouraging entrepreneurship in the region, with a view to contributing to the increase of the economic and social development of the Country. This work is descriptive and of a non-experimental design. Entrepreneurship and the profile of the entrepreneur are presented in this work as a research variable that allows us to know the situation of entrepreneurship in students and their profile, which allows us to have a baseline for decision-making through concrete actions and impact for continuous improvement in this area that is relevant today for the development of the country.

**Keywords:** entrepreneurship, profile of the entrepreneur, perception.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Descripción de la Realidad Problemática**

El proceso de creación de nuevas entidades productivas, ejerce un efecto de gran importancia en las teorías de desarrollo económico, consolidándose como uno de los indiscutibles hechos en cualquiera de dichas teorías. Según J. Jacobs, en sus estudios acerca del desarrollo de regiones y comunidades específicas, reconocen dos principios básicos contemplados en los procesos de desarrollo:

- El desarrollo económico no acontece al azar, o por mandato, tampoco por el simple hecho de formular y publicar un plan de desarrollo; el hecho es más específico, ocurre en lugares específicos, en gente particular en momentos específicos.
- Las metas del desarrollo económico, requieren garantizar la continuidad en su proceso, por ello implican mucho más que el incremento del empleo o de los ingresos, estos cambios son insuficientes; en general el desarrollo económico demanda dinamismo y continuidad en sus procesos, posibilitando a los comuneros el uso de sus talentos, proporcionando innovaciones al sistema social.

Actualmente las ideas se generan en abundancia en las personas y entre ellas, no obstante, esto no implica que todas las ideas se ejecuten o se realicen, es por ello que la mayoría de personas no logran formar parte de los verdaderos emprendedores, estos últimos, generan ideas y las ejecutan ingeniosamente con el objeto de lograr beneficios a corto, mediano y largo plazo. Los emprendimientos conciben notables beneficios en el ámbito económico de un país, contemplados en la gran cantidad de empleo generado.

Particularmente en la provincia de Ilo, muchos proyectos emprendedores, son de corta vigencia o simplemente no llegan a concretarse debido a la falta de información acerca de financiamiento, capacitación, personal técnico, tutoría, tecnología y servicios administrativos, deficiencia de las entidades públicas y privadas en su labor de soporte para la consolidación de proyectos emprendedores.

Asimismo, existen barreras culturales y sociales que perjudican al espíritu emprendedor de la gente, tales como:

- Auto devaluación del ileño, al sentir que son intelectualmente capaces para emprender.
- Falta de cultura empresarial.
- Distribución de ingresos poco equitativa,
- La falsa percepción de la oportunidad de un negocio.
- Temor a emprender por falta de asesoramiento o conocimiento del área.
- Hoy en día en nuestra Provincia de Ilo, el impacto de las barreras está disminuyendo ya que existen diversas instituciones que cuentan con charal que dan apoyo a estudiantes interesados en emprender un negocio.
- Universidad José Carlos Mariátegui.
- Municipalidad Provincial de Ilo.
- Casa de la Cultura.
- CEOPs Ilo.
- Universidad Nacional de Moquegua
- Ministerio de la Producción

Debido a todas estas razones consideramos importante dar a conocer las acciones de diversos estudiantes emprendedores para la creación y desarrollo de sus empresas con el apoyo de la Universidad José Carlos Mariátegui – Sede Ilo. (Manuel Sosa Sacio, 2017)

En el GEM 2014, el Perú presenta una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA por sus siglas en inglés) de 28,8% superando a Bolivia (27,4%) y Chile (26,6%).

Bajo el entendimiento de la vital importancia que tiene el hecho de que cada país genere estrategias a nivel nacional para promoción de emprendedores con la finalidad de mejorar su economía. Se tiene como objetivo sumar esfuerzos para reformar la cultura empresarial peruana actual en una cultura emprendedora, enfocándose en el estado como principio de este cambio, efectuándolo mediante las “universidades” como unidades de cambio.

Con este fin se debe promover la creatividad en la población joven de la nueva generación, principalmente en los estudiantes de nivel universitario, puesto que son ellos están en mejores condiciones de generar emprendimientos productivos de alto valor tecnológico gracias a su nivel educativo.

## **1.2. Definición del Problema**

### ***1.2.1 Problema Principal***

¿Cuál es el nivel del emprendimiento y el perfil del emprendedor de los alumnos de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial, Ilo 2019?

### ***1.2.2 Problemas Secundarios***

- ¿Cuál es la percepción del emprendimiento de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial Ilo 2019?
- ¿Cuál es el perfil emprendedor del de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial Ilo 2019?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### ***1.3.1. Objetivos Generales***

Describir el nivel del emprendimiento y el perfil emprendedor de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial Ilo 2019.

#### ***1.3.2. Objetivos Específicos***

- Describir la percepción del emprendimiento de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial Ilo 2019.
- Describir el perfil emprendedor de los estudiantes de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial Ilo 2019

### **1.4. Justificación e Importancia de la Investigación**

En el Perú, existe poca información acerca del perfil emprendedor del alumnado universitario, pese a que en diversos países se realizan estudios sobre emprendimiento tanto a nivel de perfil como institucional. La educación y el aprendizaje universitario deberían aportar y estimular el espíritu empresarial, propiciando actitudes favorables, y una mayor sensibilización a la profesión del empresario, ello podría redundar en un mayor número de empresas (2003 citado en Fuentes, Saco, & Sánchez, 2011, p. 12), según lo señala La Comisión Europea; no obstante, a pesar de la existencia de una amplia mayoría que asegura que las organizaciones universitarias representan al principal medio de creación de actitudes positivas en pos del emprendimiento, la realidad nos indica que su aporte carece de contundencia en la generación de dichas actitudes debido a que no existen análisis profundos al respecto (Fuentes, Saco, & Sánchez, 2011). Por ello, debido a la escasez de estudios relacionados y que profundicen en el perfil de emprendimiento de alumnos universitarios, se considera que esta investigación basados en un cuestionario validado, permitirá ayudar a describir el perfil del alumno, ajustándolo al planteamiento teórico, los cuales serán desarrollados en los siguientes capítulos.

## 1.5. Operacionalización de Variables

**Tabla 1** Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicadores (ítems)	Valorización
Situación Emprendimiento	Percepción de los estudiantes	Expectativas laborales al egresar	Nunca
		Cantidad de ideas de negocio con las que cuenta	casi nunca
		Numero de ideas negocio que actualmente emprende	a veces
		Nivel de conocimiento emprendedor	casi siempre
Perfil emprendedor	Iniciativa	Ítems del Test características empresariales personales (CEPs) calificadas según escala de valoración Likert	siempre
	Persistencia		
	Responsabilidad		
	Eficiencia y calidad		
	Riesgos		
	Motivación		
	Objetivos y metas		
Búsqueda de información			
Planificación			
Redes de apoyo			
Autofinancia			

## 1.6. Hipótesis de la Investigación

### *1.6.1. Hipótesis General*

Existe relación entre el emprendimiento y el perfil del Emprendedor de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui, 2019

### Hipótesis secundaria

Existe relación directa entre relación entre el perfil del emprendedor y la percepción de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui, 2021.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

Basados en la revisión de estudios e investigaciones relacionadas, destacan los que siguen: Internacionales Gallegos (2014) efectuó una tesis titulada: El emprendimiento en estudiantes de la institución educativa Manuel Quinteros Penilla, para optar el título magister en educación, en la Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia. Con su objetivo: Develar los sentidos fenomenológicos del emprendimiento a través de la narrativa, describir las estructuras de emprendimiento e interpretar la ley proponer nuevos sentidos y líneas teóricas a futuro sobre este con un diseño descriptivo y transversal, de tipo básico, aplicó cuestionarios a una muestra conformada por 78 estudiantes; para adecuar métodos y teorías de la investigación además de descubrir lo nuevo para desarrollar teorías fundamentales, el estudio concluyó en la necesidad de fortalecer competencias básicas que impliquen ser necesarias para un buen desempeño estudiantil en todas sus asignaturas, relacionándolo a una visión de sus capacidades emprendedoras, asimismo, para el aspecto del emprendimiento en sí.

Vidal (2012) en su tesis: Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas, en la Universidad Politécnica de Cartagena, Colombia. Con su objetivo: Promover la cultura y espíritu emprendedor en jóvenes españoles. De tipo descriptivo, y diseño no experimental y transversal, tuvo una muestra conformada por 34 alumnos, a ellos se les aplicó un cuestionario, obteniéndose como conclusión de que se debe promover una cultura y espíritu emprendedor en el que se pueda fortalecer la educación acerca del emprendimiento, en la cual las personas puedan desarrollar actitudes positivas respecto al emprendimiento y la iniciativa proveniente de instituciones educativas.

Smith (2014) en su trabajo de tesis titulado: Actitudes emprendedoras en estudiantes de secundaria del área de la ciudad de México, en la Universidad de Deusto, España. Tuvo por objetivo: Describir el nivel de actitudes emprendedoras en estudiantes de secundaria, de tipo descriptivo y diseño descriptivo simple, utilizó entrevistas y cuestionarios en una muestra conformada por 124 estudiantes, alcanzando la conclusión de que el aprendizaje experimental tiene eficacia para desarrollar la actitud y capacidad emprendedora con respecto al método tradicional conferencista y teórica, el cual se efectúan enormes esfuerzos además de continuar la tendencia mundial rumbo al desarrollo económico que propicie la mejora de la calidad de vida de la población.

Cantos (2016) realizó la tesis: Estrategia de emprendimiento comunitario para fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio José Tipan Niza del cantón Santa Elena, para optar el grado de licenciada en organización y desarrollo comunitario, en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, el objetivo general fue: Proponer, identificar, determinar, elaborar una estrategia de emprendimiento comunitario mediante el establecimiento de un proyecto que genere el desarrollo socio económico, la metodología empleada son identificar a los posibles clientes.

Sotelo (2016) en su tesis que lleva por título: La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MyPES: Caso peruano, en la Universidad Politécnica de Catalunya, España. Su objetivo fue; Describir la gestión de procesos como estrategia generadora de ventajas competitivas. El estudio fue de tipo básico y diseño de estudio

de campo, tuvo una muestra conformada por 459 individuos a los que se les aplicó un cuestionario alcanzando la conclusión de que el modelo de estandarización de procesos productivos aplicado como estrategia, genera mejorías competitivas en el enfoque asociativo de MyPES con la medición de gestión de procesos que propicie conseguir mejoras en el sector productivo como en la satisfacción del cliente.

Benavides & Tupayachi (2015) con su tesis: *Emprendimiento y Perfil del Emprendedor en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cuzco*, tuvo como objetivo general: Describir La situación del emprendimiento e identificar el perfil del emprendedor de los estudiantes de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cuzco, periodo 2014-2015.

## **2.2. Bases Teóricas**

Definición de emprendimiento.

Panez y Silva (2007) indicaron que lograr que las personas interactúen de forma productiva y constructiva, está basado en características personales del individuo, la forma de actuar, su forma de ser y hacer; dentro de un grupo se logra impulsar a la persona para que pueda asumir y desempeñar su rol protagónico en pos de la construcción creativa de su propio destino según la realidad de su entorno, asimismo permitiendo que asuma, y afronte tenazmente los problemas que se presenten. Con ello los autores resaltan la labor de las personas encargadas del manejo de grupos, ellos tienen la cualidad de detectar y observar desde un primer momento las capacidades emprendedoras de un individuo, con este dato asumen una forma particular de cómo debe liderarlos a cada uno de ellos, asimismo de que se conozcan y reconozcan de sí mismos sus dones propios de creatividad, también la confianza en ellos mismos, finalmente aplicando la motivación necesaria para producir algún bien o servicio. Stevenson (2000), indica que el emprendimiento es un fenómeno relacionado a la conducta, este autor efectuó un análisis sobre la diferencia existente entre un ejecutivo exitoso y un emprendedor exitoso; ya que el ejecutivo exitoso posee una cultura administrativa orientado a un estado estático, mientras que el emprendedor exitoso una cultura emprendedora orientado a un estado dinámico; el emprendimiento; respecto al

manejo de riesgos, el emprendedor asume riesgos razonables actuando con predisposición a corto plazo, mientras que el ejecutivo evitará todo riesgo actuando en el tiempo. Muchas veces se juzga equivocadamente basados en apariencias, con esta comparación se demuestra que quien supera cada reto con el objetivo claro de lograr cada meta propuesta es el emprendedor, y es una persona que permite la exposición de nuevas ideas, además de guiar al resto para que aprendan a concretarlas. Pinchot (1995), señaló el que emprendedurismo es un acto en el que las personas concretan sus metas y sueños; tomando una de sus ideas o una idea de un tercero, haciéndose responsable de la innovación respectiva, así como de obtener resultados; el “espíritu empresarial” y el emprendedor dentro de las grandes empresas hacen que exista la iniciativa de generar proyectos consolidándose en negocios, ello según el autor; también se hace referencia a que el emprendimiento de cada individuo es hacer realidad sus sueños, por ello actúa con rapidez sacando provecho de sus habilidades trabajando en equipo incluso pueden lograr sus propias metas basándose en las necesidades propias. Klapper (2007) en palabras del autor, se define como: “Las actividades de un individuo o un grupo de personas dirigidas a iniciar actividades económicas en el sector formal de la economía, bajo una forma legal de negocio” (p. 12). Esta definición excluye a las personas que realizan actividades económicas en el sector informal, ello porque se presume que no tiene idea de lo que implica una organización empresarial. Por lo general, se observa que el emprendedor es solamente aquel que hace empresa más no el que domina grupos organizados, disciplinados; entre ellos están ingenieros, arquitectos, las manualidades, etc. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2007), define el emprendedurismo como “cualquier intento llevado a cabo por los individuos de empezar una nueva empresa, incluyendo el intento de volverse auto empleado” (p. 63). Esta definición incorpora nuevas categorías tales como el taxista o el vendedor ambulante, que son ejemplos de subsistencia y autoempleo, asimismo están los estudiantes, quienes generan ideas propias e innovadoras, curiosidad por nuevas tecnologías y formar empresas para mercadear.

El emprendimiento no necesariamente ha de estar referido a una persona solvente sino es la persona que tiene la capacidad de reunir a las personas enseñando sus habilidades, comunicándose con los demás de bajos recursos convirtiéndose en impulsores dejando solamente de soñar, tomando acción y materializando sus ideas.

## 2.3. Marco Conceptual

### Emprendedor.

Según Moliner (1995), el emprendedor es "quien posee iniciativas y decisión para emprender un negocio o acometer empresas" (p. 279). La Real Academia Española de la Lengua Española, (1992), lo define en su primera acepción, como: "comenzar y acometer un empeño, una obra, una empresa o un negocio. Por lo general es utilizados para referirse a negocios que implican diversos grados de dificultad o riesgo" (p. 57). Por otro lado, Garrido (1993), define al emprendedor como: "cualquiera con la capacidad de dirigir un equipo de personas con el fin de alcanzar determinadas metas, las cuales pueden ser materiales o no materiales, a través de la aplicación de algunos recursos económicos. Coloquialmente utilizan el término emprendedor para referirse a las personas que desarrollan proyectos económicos; puesto que por lo general se refiere a la comercialización un producto, creación de una empresa, un servicio o procedimientos mejorados y novedosos, conquista de nuevos mercados, actividades, iniciativas. El emprendedor tiene ciertos rasgos en su personalidad y motivación por el logro que lo caracterizan como, por ejemplo: **Curiosidad.** En su mayoría los docentes no fomentan la curiosidad en sus estudiantes, el futuro emprendedor posee el rasgo de la curiosidad naturalmente, es parte de su personalidad, puesto que constantemente se pregunta acerca del funcionamiento de las cosas, el por qué las personas compran un producto o dejan de hacerlo, o la curiosidad acerca del efecto o efectos de un pequeño cambio que finalmente puede conducir a grandes resultados, probablemente todo emprendedor de éxito posee este rasgo en su personalidad, con la capacidad de percibir detalles más allá de lo obvio. **Calibrar los riesgos.** A menudo se escucha decir que un emprendedor de éxito es capaz de asumir grandes riesgos; sin embargo, cabe aclarar que se debe entender que esta aparente "pasión por el riesgo" se da en una justa medida; ello por el hecho de que existen riesgos inasumibles por evidencias notables en primera instancia, además de que pueden dirigirlos claramente al fracaso empresarial. Entonces, ¿Cómo distinguir un emprendedor que sabe jugar con el riesgo de otro que no lo hace? **Planificación.** Un plan previo para actuar, es un detalle con el que todo emprendedor suele contar. Posee la capacidad de contemplar un amplio escenario sobre el que planifica un proyecto en

concreto mediante un conjunto de actuaciones, también puede reconocer causas y consecuencias producto de sus decisiones, observando todo el conjunto con perspectiva. Asumir riesgos sin el respectivo plan, pueden conducirle al fracaso.

**Confianza.** Aparte de estar dotado de una confianza en sí mismo, un emprendedor de éxito también da confianza; cumple y mantiene siempre sus promesas, es capaz de irradiar y extender esa confianza hacia todo ámbito de sus actividades empresariales.

**Aprenden de sus errores.** A pesar de que una de sus más destacadas habilidades de un emprendedor de éxito es que tiene la capacidad de mantenerse durante muchos años en la cresta de la ola, también tienen la capacidad de aprender de sus propios errores para mejorar, además de ser los primeros, son también muy duros críticos.

**Pragmáticos.** De manera general, se considera a los emprendedores como grandes idealistas, que están preparados incluso para sacrificar su vida por un proyecto según su utilidad, eficacia y eficiencia, poseen una habilidad sinónimo de un correcto funcionamiento de una empresa.

**Visión espacial.** Las personas que han logrado el triunfo en el campo empresarial coinciden en tener una visión acerca de diversos aspectos de la vida, lo que los hace diferentes del resto de la población, ello desde un enfoque ideológico, y es que a pesar de adversidades estas personas amplían constantemente su capacidad de visión espacial, superando a la media. En el ámbito internacional. Moya (2016), en su tesis titulada Implementación de estrategias de emprendimiento para el fortalecimiento de desarrollo intelectual en el estero salado-Isla Trinitaria Malvinas. Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador Guayaquil. esta investigación de diseño cualitativo, empírico descriptivo. Tuvo como objetivo principal identificar las condiciones favorables para el inicio y gestión de procesos relacionado al emprendimiento que tienen las familias habitantes de las orillas del Estero de Guayaquil; Llegando a la conclusión de que realmente existen condiciones favorables en pos del emprendimiento de dicha población. Freire (2015). Con su tesis titulada. Formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y escuelas de negocios. Madrid, España. Investigación aplicada. Esta investigación inicia con el análisis de los programas máster, seguido de la actividad emprendedora, ingeniándose un proyecto de investigación en la Escuela de Negocios ESIC. Duque (2011). En su tesis Programas formativos y empresariales dirigidos al emprendimiento de los jóvenes en el Ecuador que se desarrolló en Quito. El autor expone un análisis descriptivo con

la finalidad de dar respuesta a las hipótesis anunciadas en su trabajo, basándose inicialmente en la información de las encuestas de condiciones de vida del 2006 que fue desarrollado por el Inec, para revelar la relación existente entre las dos variables dispuestas en el estudio, se concluyó que el análisis corresponde a “Fases del emprendimiento”, la cual solamente se evidencia en la infancia (42 meses), además sería de gran importancia que este análisis ocurra en etapas como adolescencia y madurez, para tener conocimiento de información a partir de otros puntos, para saber la manera en que un empresario enfrenta dificultades para mantener su negocio.

Ámbito nacional: Vargas (2012), en su tesis titulada La motivación de logro en emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga-Ayacucho. Esta investigación es descriptiva, cualitativo no experimental. Se aplicó una encuesta a 60 emprendedores culturales evaluando su desarrollo mental en distintos episodios. Se usaron valores de 0, 1 y 2, respectivamente. Es probable que los emprendedores que tengan su nivel de motivación más bajo experimenten más dificultades en el aprendizaje, en el caso que optaran por participar en programas educativos empresariales formal y/o no formal. Sánchez (2011), con su tesis: Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú). Tesis doctoral. El autor indica en unos de sus párrafos que desarrollar correctamente los estados físicos de un estudiante, propicia mejores resultados en su vida educativa, laboral y productiva.

**Competencia comunicativa y capacidad de emprendimiento en estudiantes de un CETPRO de Ica, 2017.** Antecedentes Navarro (2011). Motivación para el emprendimiento empresarial en estudiantes de la escuela profesional de administración de la universidad alas peruanas filial- Ica. 2010 (Tesis de maestría). Universidad Alas Peruanas. Ica. Investigación con enfoque cuantitativo. Con una muestra conformada por 124 estudiantes. Llegándose a la conclusión de que existe influencia en la orientación de superación personal respecto a la motivación emprendedora en alumnos de la escuela profesional de administración. Los estudiantes de cuarto año mostraron mayor orientación a la superación personal comparado a los estudiantes de quinto año. Asimismo, ocurre lo mismo en la orientación al beneficio

material. Cruz y Flores (2013). Planes de negocios para desarrollar capacidades emprendedoras y empresariales en estudiantes de estética personal – CETPRO. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. La metodología es de tipo aplicada proyectiva, y diseño descriptivo-aplicativo. Se trabajó con muestra fue 5 docentes y 15 estudiantes del área de estética personal mediante lista de cotejo, cuestionario y entrevista semiestructurada a los docentes del área de estética personal. Llegando a la conclusión de que los resultados evidencian una mejor aplicación de la estructura del plan de negocios de los estudiantes y docentes, por otro lado, la categoría de capacidades emprendedoras y empresariales evidencian un nivel de emprendimiento significativo para el desarrollo de su entorno social. A nivel local Salcedo (2016). Propuesta del Software Educativo Villa Planet para el desarrollo de competencias en el área de comunicación, en estudiantes del cuarto grado de una institución educativa primaria de Ica, 2016. Universidad César Vallejo. La investigación es de tipo 19 experimental, siendo el diseño pre-experimental.

### **Definición de capacidad de emprendimiento**

Según MINEDU (citado en Yataco, 2014) es la capacidad de asumir iniciativas a nivel individual o colectivo en pos de dar solución a los problemas que incidan en su proyecto de vida. Como alternativa para recuperar el sentido y compromiso, está la capacidad emprendedora en las sociedades modernas. Así mismo Barrios (2015) indica que es la habilidad y la disposición personal para actuar de forma proactiva frente a cualquier situación de la vida. Esta capacidad genera ideas innovadoras que pueden materializarse en proyectos o alternativas para la satisfacción de necesidades y solución de problemáticas. Así mismo, propicia el crecimiento y la mejora permanente del proyecto de vida. También García (2001) define como la capacidad de fundar o iniciar un nuevo sistema de vida, una empresa o un proyecto, tomando como inspiración la confianza propia, la valentía de actuar en pro de nuestras inquietudes siendo perseverantes hasta hacerlos realidad.

Además, Panez y Silva (2007) definen la capacidad de emprendimiento como un conjunto de capacidades impulsadoras de productividad de forma constructiva según la realidad del individuo, lo cual le permite asumir un rol protagónico construyendo su propio destino creativamente, enfrentando la adversidad con firmeza.



**Importancia del emprendimiento:** Según Ascotaza (2015) actualmente la importancia del emprendimiento ha logrado sumar su importancia debido a la necesidad de conseguir estabilidad e independencia económica. El desempleo o la decepcionante calidad de empleos existentes, ha generado una gran necesidad de crear su propia fuente de recursos, poner marcha negocios propios, y pasar de ser empleados a ser empleadores, ello es posible solamente, si se desarrolla una adecuada capacidad emprendedora. Además de ello, la determinación juega un papel muy importante al momento de tener que renunciar a la “estabilidad” económica que brinda un empleo para que así se pueda aventurar como empresario, ya que también se deberá considerar el hecho de que el empresario no siempre percibe ganancias fijas como si lo hace el asalariado, el cual asegura un ingreso mínimo de forma mensual que le permite sobrevivir.

**Dimensiones de la capacidad de emprendimiento:** Según Austin y col. (2006) la capacidad emprendedora contempla las siguientes dimensiones: -Capacidad de relacionarse socialmente; respectiva a la aptitud de forjar estados de ánimo positivos en su entorno los cuales han de transformarse en compromisos de apoyo en pos del desarrollo de sus negocios o proyectos. Es la capacidad de crear y establecer vínculos favorables para su progreso ya sea con personas y/o instituciones, para mantener dichos vínculos se requiere la aplicación de técnicas de comunicación efectiva, también incluye la elaboración de redes de apoyo, la persuasión y autoconfianza. Por otro lado, la realización personal; se refiere a la ambición por superar desafíos, prosperar y crecer, los esfuerzos por lograr el triunfo, cumplir metas y ser de utilidad para otros. Comprende; la constante búsqueda de oportunidades, la perseverancia, la demanda por eficiencia y calidad, asimismo la toma de riesgos, la búsqueda de innovaciones creativas; la habilidad para plantear soluciones e implementación de recursos creativos para lograr el éxito. -Capacidad de planificación; que se refiere a pensar antes de actuar, identificar metas concretas o resultados que se desean alcanzar y en base a ello hacer el diseño de planes sólidos que aprovechen las oportunidades que se presenten y a la vez disminuir y/o anular las posibles amenazas del entorno. Comprende; establecer metas, buscar información, planificar de forma sistemática y considerar el control.

## **CAPÍTULO III**

### **MÉTODO**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

Es de observación porque los apuntes demuestran la transformación natural de los sucesos. Es Prospectivo porque los datos serán recogidos de una fuente primaria que son necesarios para el estudio de la investigación. Transversal solo se miden la variable en una sola ocasión son muestras independientes y explicativo ya que solo considera parámetros de la población de una sola muestra y el análisis estadístico, es univariado (Supo, 2012).

Es correlacional que busca vincular elementos y permite calcular la vinculación en ellas. En este análisis se busca la correlación que existe en el clima organizacional y el desempeño laboral. (Hernández, 2014)

#### **3.2. Diseño de Investigación**

Es no experimental

##### ***3.2.1. Tipo de Diseño***

Se utilizará el diseño de Validación de Instrumentos porque se orientará **para** reconocer, definir y poder medir el constructo. Así como la forma de su evaluación (variable subjetiva) y hacer uso de un instrumento (encuestas) para poder tomar decisiones, y cuyo objetivo será definir el concepto (Supo, 2012)

#### **3.3. Población y Muestra**

##### ***3.3.1. Población***

La población en estudio son los 276 alumnos matriculados en el semestre 2019-I de la escuela profesional de Ingeniería Comercial y la muestra será seleccionada mediante el método probabilístico aleatorio.

### 3.3.2. Muestra

(Pallela, 2012): “Es seleccionar lo que representa a una población, cuyos caracteres son reproducidas del modo más verdadero probable” (p. 106). En consecuencia, para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula:

$$N_0 = \frac{Z^2 P (1-P)}{E^2}$$

$$n = \frac{N_0}{1 + n_0/N}$$

Dónde:

n = Extensión de la muestra

n<sub>0</sub> = extensión de muestra aproximado

N = Extensión de la población bajo estudio 126

Z = Valores correspondientes al valor de significancia = 1,96

E = Error de tolerancia de la estimación = 5 %

P = Proporción estimada o esperada de la variable (P=0,5; Q=0,5)

### 3.3.3. Muestreo

Se hará uso de la clase de muestreo probable. La elección de la conformidad de análisis se hará mediante el recojo de muestras simple aleatorio (Epiquien, 2013) afirman que a través del muestreo simple aleatorio se selecciona personas de la población en estudio, de tal modo que todos pueden tener la probabilidad de aparecer y conseguir la extensión de la muestra que se desea. La muestra es la que representa a la población con las mismas características y particularidades, es decir es lo más homogéneo posible, aplicando la fórmula de población finita, se obtiene como resultado 126 encuestas a un nivel de confianza de 95% y error máximo de 7%.

## 3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

### 3.4.1. Técnicas de Recolección de Datos

Se utilizará como técnica de recopilación la encuesta y se usará como dispositivo el cuestionario. En este estudio se hará uso de una serie de preguntas para la situación del emprendimiento y el perfil del emprendedor.

#### 3.4.1.1 Instrumentos

##### a. Cuestionario estructurado

Es un dispositivo de proporción empleado en medición o anotar distintas disposiciones y entornos. El temario es desarrollado, para que las disyuntivas de argumentación por interrogante presenten elecciones pre-conceptuadas. Por eso el análisis estadístico es más fácil

##### b. Cuestionarios Percepción de emprendimiento

Adaptado de una investigación que guarda relación con la investigación propuesta (Benavides, Tupayachi; 2005), figura de 11 preguntas que evaluarán la percepción de los estudiantes en relación a Expectativas laborales al egresar, Cantidad de ideas de negocio que actualmente emprende, Nivel de conocimiento emprendedor, Cada una de ellas consta de 10 ítems, las que se puntúan de 1 a 5

**Tabla 2** Valores de la Variable situación emprendimiento

Dimensiones	Ítems
Expectativas laborales al egresar	1, 2, 3
Cantidad de ideas de negocio que actualmente emprende	4, 5, 6, 7
Nivel de conocimiento emprendedor	8, 9, 10, 11

Fuente (Pastor, 2018)

El cuestionario de percibir el clima organizacional está construido en respuestas dicotómicas y una escala de Likert

**Tabla 3** Valores de la Variable Perfil del emprendedor

Variable	Dimensión	Escala Likert
	Iniciativa	
	Persistencia	1=NUNCA
	Responsabilidad	

Perfil del Emprendedor	Eficiencia y calidad	2=RARAS VECES
	Riesgos	3=ALGUNAS VECES
	Objetivos y metas	4=USUALMENTE
	Búsqueda de Información	5=SIEMPRE
	Planificación	
	Redes de apoyo	
	Autoconfianza	

---

#### **3.4.1.2 Confiabilidad y validez.**

- *-Confiabilidad:* esta frase se refiere a que cada vez que el dispositivo se debe aplicar a la misma persona, que arrojará efectos semejantes; brindando así resultados acordes y sólidos.
- *-Validez:* nivel en el que el dispositivo valore el factor que medirá. Esta particularidad se evaluará en contenido: se refiere a todo que se inserte en el dispositivo y que dimensiona lo necesario para valorar las variables, sin que nada quede afuera; que las respuestas a la interrogante, debe ser peculiar en su contenido.
- *-Constructo:* aclara el molde teórico experimental que mantiene al factor de interés, relacionada teóricamente, mostrando las definiciones que se medirán estén vinculados (Cortez, 2009).

**CAPÍTULO IV**  
**PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

**4.1. Resultados Descriptivos**

*4.1.1. Variable Situación del Emprendimiento*

**Tabla 4** Edad

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
	11	8,7	8,7	8,7
	8	6,3	6,3	15,1
	29	23,0	23,0	38,1
	9	7,1	7,1	45,2
	7	5,6	5,6	50,8
	25	19,8	19,8	70,6
	13	10,3	10,3	81,0
Válidos	11	8,7	8,7	89,7
	3	2,4	2,4	92,1
	3	2,4	2,4	94,4
	1	,8	,8	95,2
	1	,8	,8	96,0
	1	,8	,8	96,8
	4	3,2	3,2	100,0
Total	126	100,0	100,0	

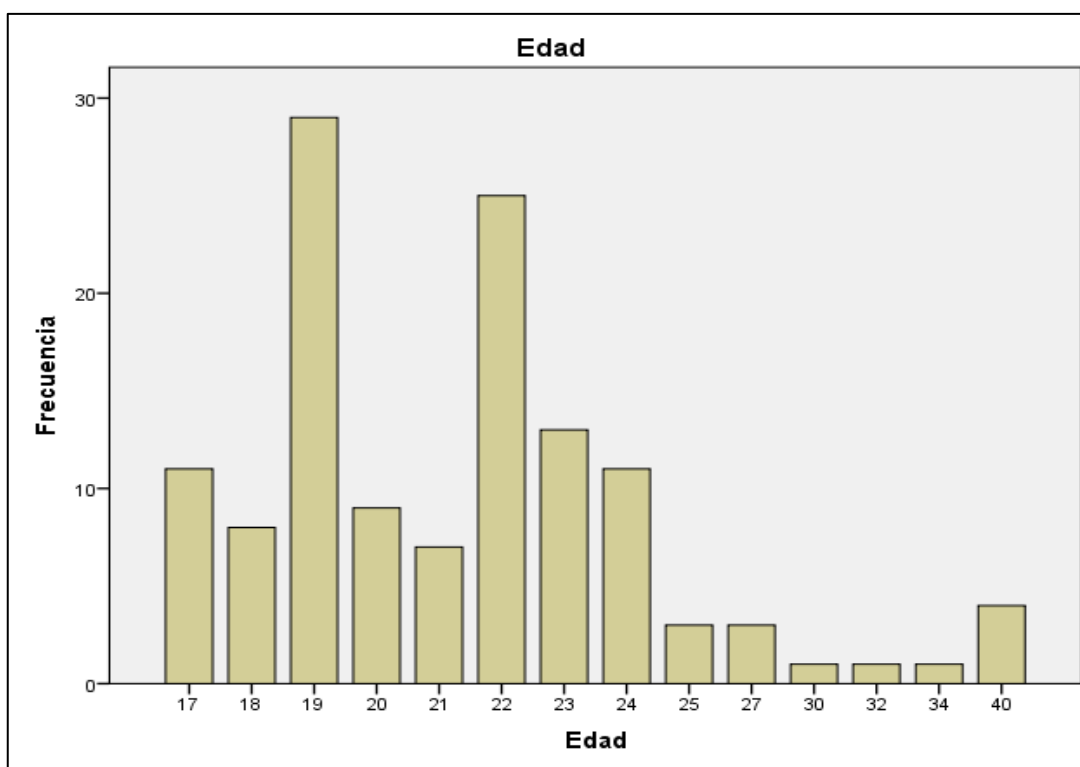


Figura 1 Edad

Podemos visualizar de la tabla 4, figura 1 que de los 126 encuestados, El 23% (29 personas) tienen 19 años y el 19,8% (25 personas) tienen 22 años; estas 2 cifras representan los mayores porcentajes en las encuestas realizadas. Mientras que las 3 menores cifras son 0,8% (1 persona) las cuales tienen 30, 32 y 34 años.

Tabla 5 Genero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	74	58,7	58,7	58,7
Válidos Masculino	52	41,3	41,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

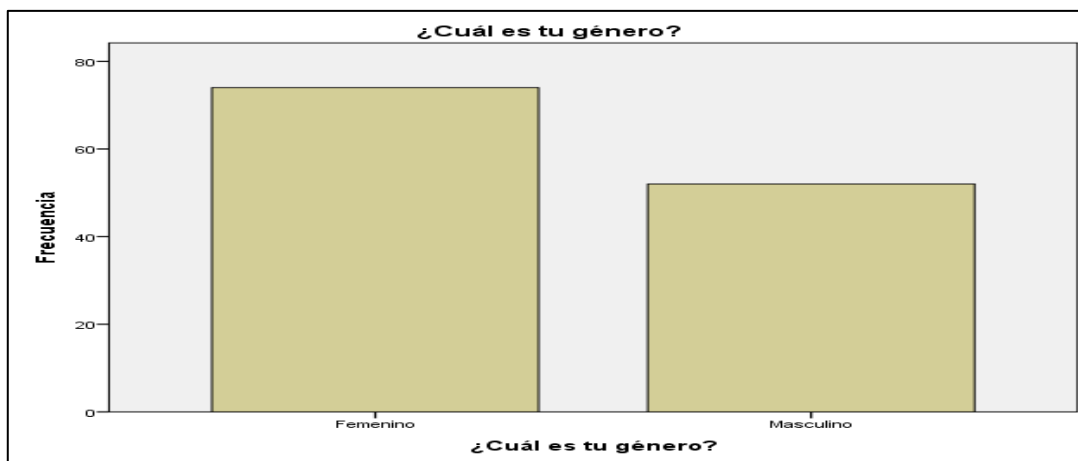


Figura 2 Género

De la tabla 5, figura 2 se puede apreciar que el 58,7% (74 personas) son de género femenino, representando la mayor cifra, en comparación con el 41,3% (52 personas) son de género masculino, siendo la menor cifra.

Tabla 6 Semestre académico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	I	31	24,6	24,6
	III	15	11,9	36,5
	V	25	19,8	56,3
	VII	18	14,3	70,6
	IX	37	29,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0

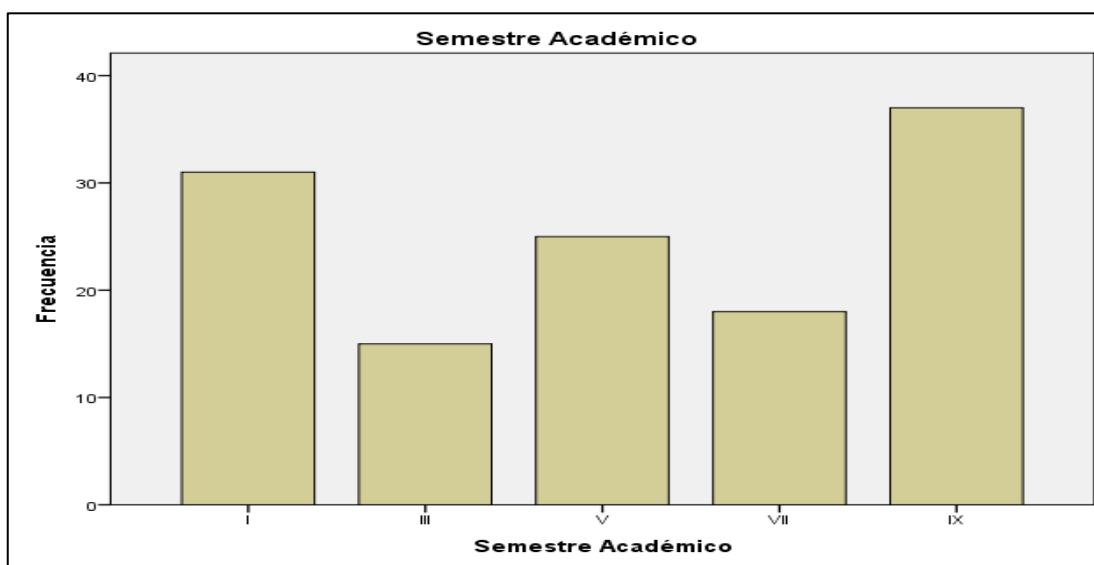


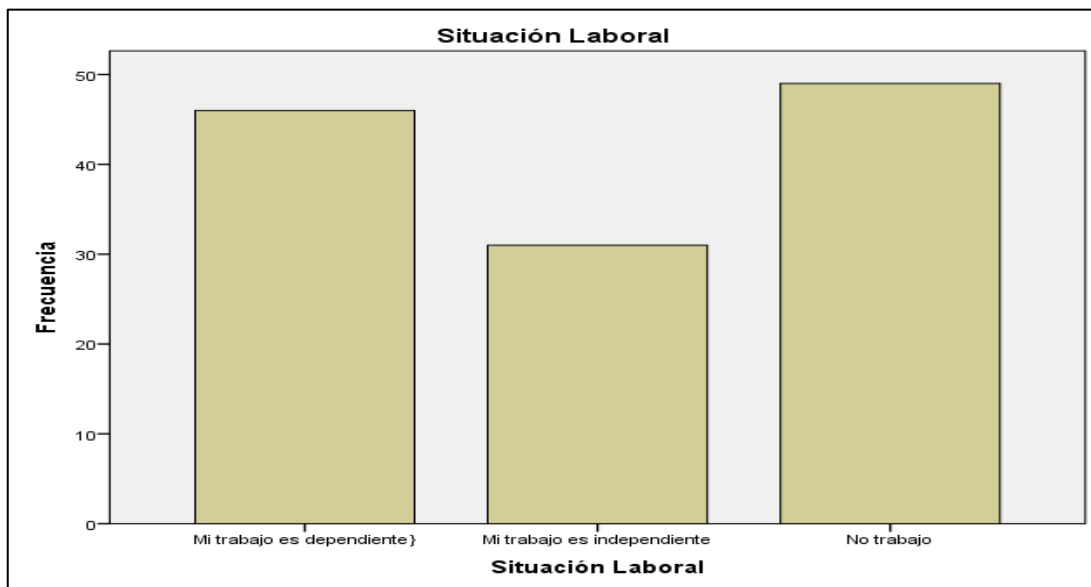
Figura 3 Semestre académico



De la tabla 6, figura 3 se puede determinar que el 29,4 % (37 personas), 24,6% (31 personas) son de IX y I ciclo respectivamente; siendo estos los mayores porcentajes en las encuestas realizadas. Asimismo, indicar que la menor cifra es 11,9% (15 personas) las que pertenecen al III ciclo.

**Tabla 7** Situación Laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Mi trabajo es dependiente	46	36,5	36,5
	Mi trabajo es independiente	31	24,6	61,1
	No trabajo	49	38,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0



**Figura 4** Situación laboral

De la tabla 7, figura 4 el 38,9% (49 personas) no trabaja y 36,5% (46 personas) tiene un trabajo dependiente, siendo estos los mayores porcentajes. El 24,6 % (31 personas) tiene un trabajo independiente, representado la menor cifra.

**Tabla 8** Que términos describen el mejor emprendimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos				
	Oportunidad, iniciativa, empresa	67	53,2	53,2
	Oportunidad, tiempo, gusto, comunicación	25	19,8	73,0

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Empresa, riesgo, iniciativa, publicidad	34	27,0	27,0	100,0
Total	126	100,0	100,0	

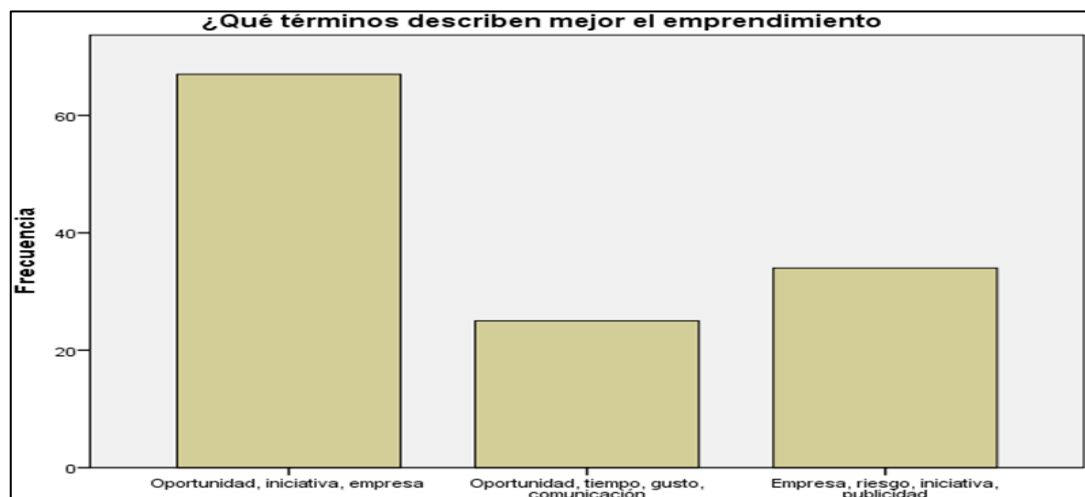


Figura 5 . Emprendimiento

De la tabla 8, figura 5, de 126 encuestados: El 53,2% (67 personas) describe el emprendimiento como Oportunidad, iniciativa, empresa; siendo este el mayor porcentaje de todos. El 27% (34 personas) describe el emprendimiento como Empresa, riesgo, iniciativa, publicidad; siendo el porcentaje medio. El 19,8(25 personas) describe el emprendimiento como Oportunidad, tiempo, gusto, comunicación; representando la menor cifra de todas.

**Tabla 9** Calificación del Emprendimiento en la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ausente	16	12,7	12,7	12,7
	Pasivo	62	49,2	49,2	61,9
	Activo	48	38,1	38,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

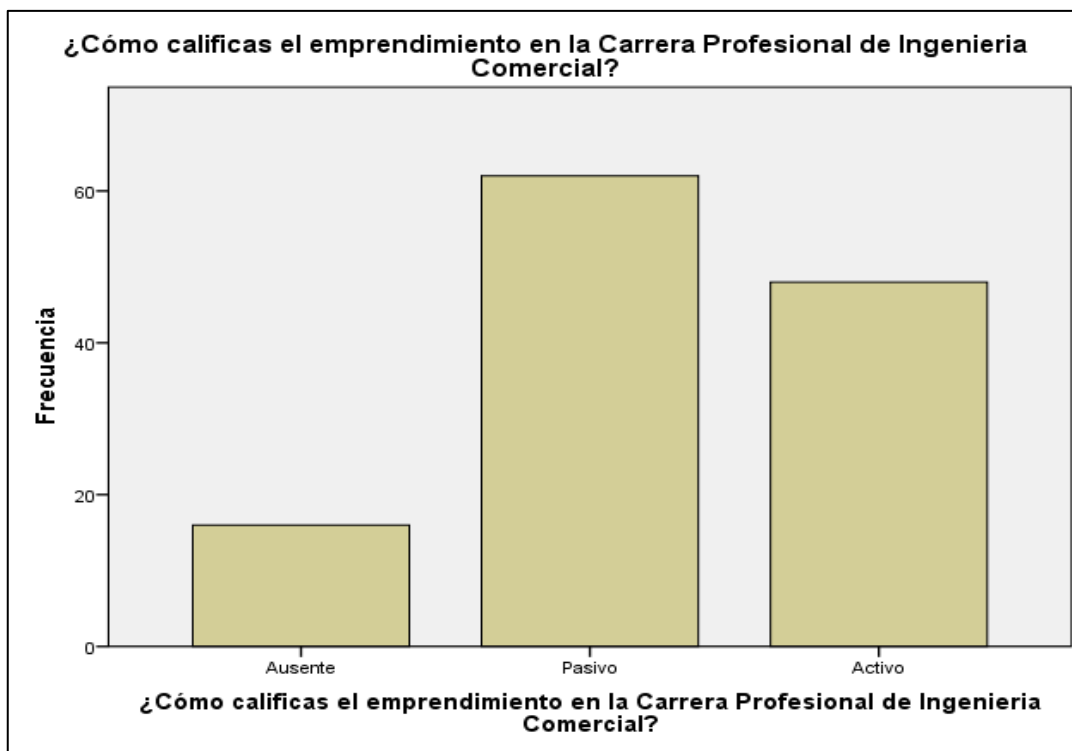
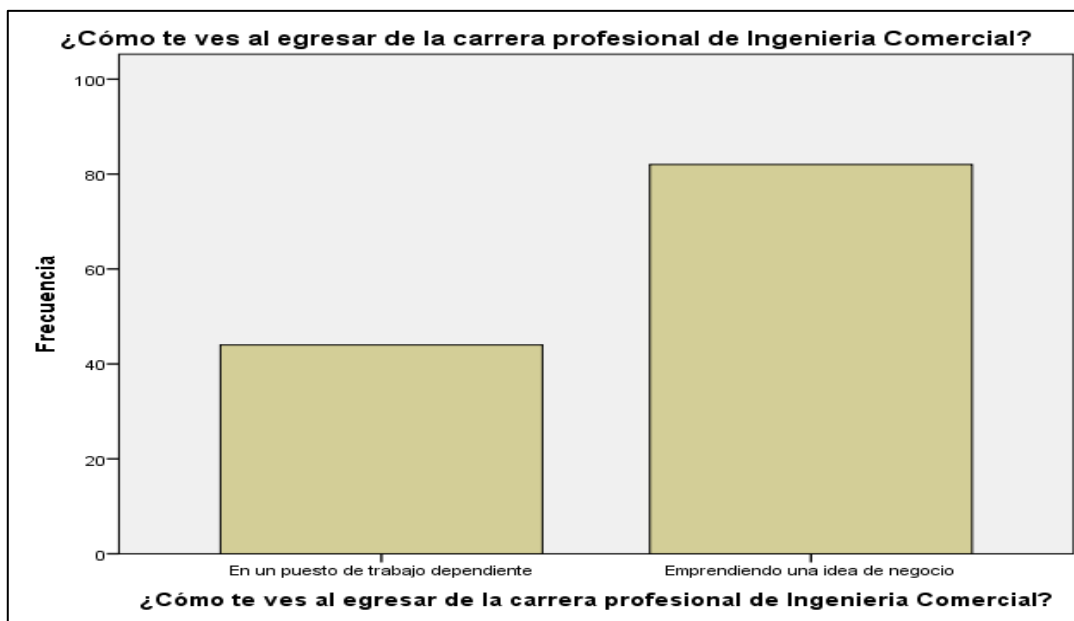


Figura 6 Calificación del Emprendimiento en la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial.

De la tabla 9, figura 6, de 126 encuestados: El 49,2% (62 personas) y 38,1% (48 personas) califican el emprendimiento como pasivo y activo respectivamente; siendo estos los mayores porcentajes de las encuestas. Mientras que el 12,7% (16 personas) califican el emprendimiento como ausente, representando el menor porcentaje de todos.

**Tabla 10** ¿Cómo te ves al egresar de la carrera profesional de Ingeniería Comercial?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En un puesto de trabajo dependiente	44	34,9	34,9	34,9
Válidos Emprendiendo una idea de negocio	82	65,1	65,1	100,0
Total	126	100,0	100,0	

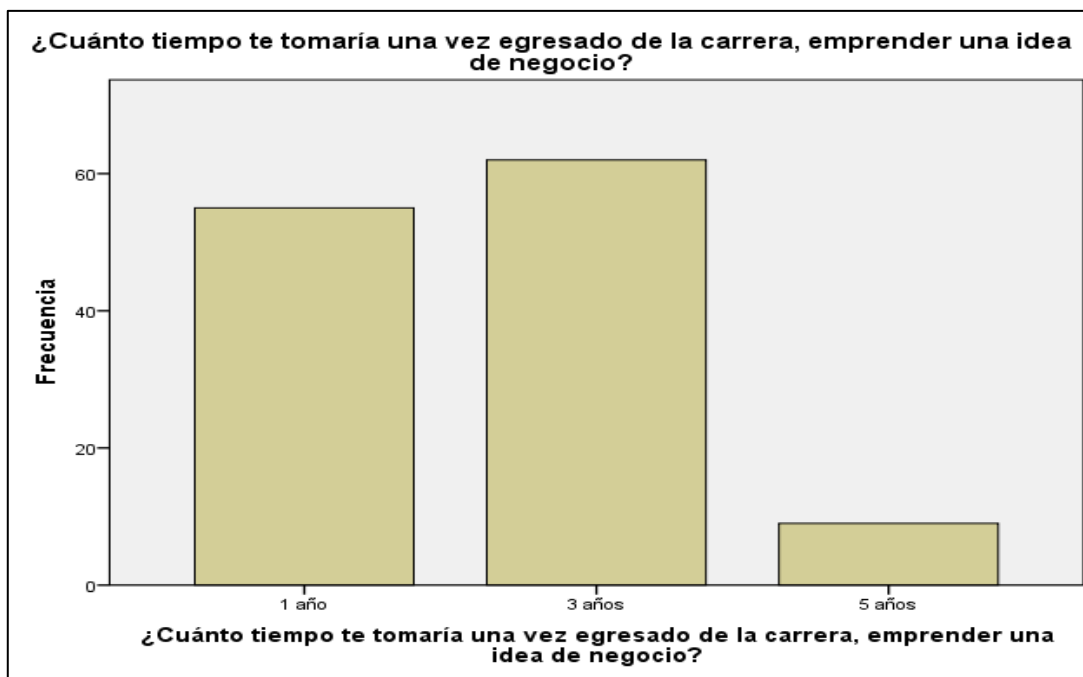


*Figura 7 Al egresar de la carrera profesional de Ingeniería Comercial*

De la tabla 10, figura 7, de 126 encuestados: El 65,1% (82 personas) se ven al egresar de la carrera emprendiendo una idea de negocio, representando esta cantidad el mayor porcentaje de todos. Por otro lado, el menor porcentaje lo representa el 34,9% (44 personas) viéndose al culminar la Carrera en un puesto de trabajo dependiente.

**Tabla 11** ¿Cuánto tiempo te tomaría una vez egresado de la carrera, emprender una idea de negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	55	43,7	43,7	43,7
	62	49,2	49,2	92,9
	9	7,1	7,1	100,0
Total	126	100,0	100,0	



*Figura 8 Tiempo para emprender una idea de negocio*

En la tabla 13 y figura 8 vemos que el 49,2% (62 personas) y el 43,7% (55 personas) se tomaran en emprender una idea de negocio al culminar la carrera el laxo de 3 y 1 año respectivamente; siendo estos los mayores porcentajes. Mientras que el menor porcentaje es 7,1% (9 personas) que se tomaran en emprender una idea de negocio al egresar de la carrera el tiempo de 5 años.

**Tabla 12** ¿Ha emprendido una idea de negocio anteriormente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Una vez	54	42,9	42,9
	Más de dos veces	17	13,5	56,3
	Nunca	55	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0

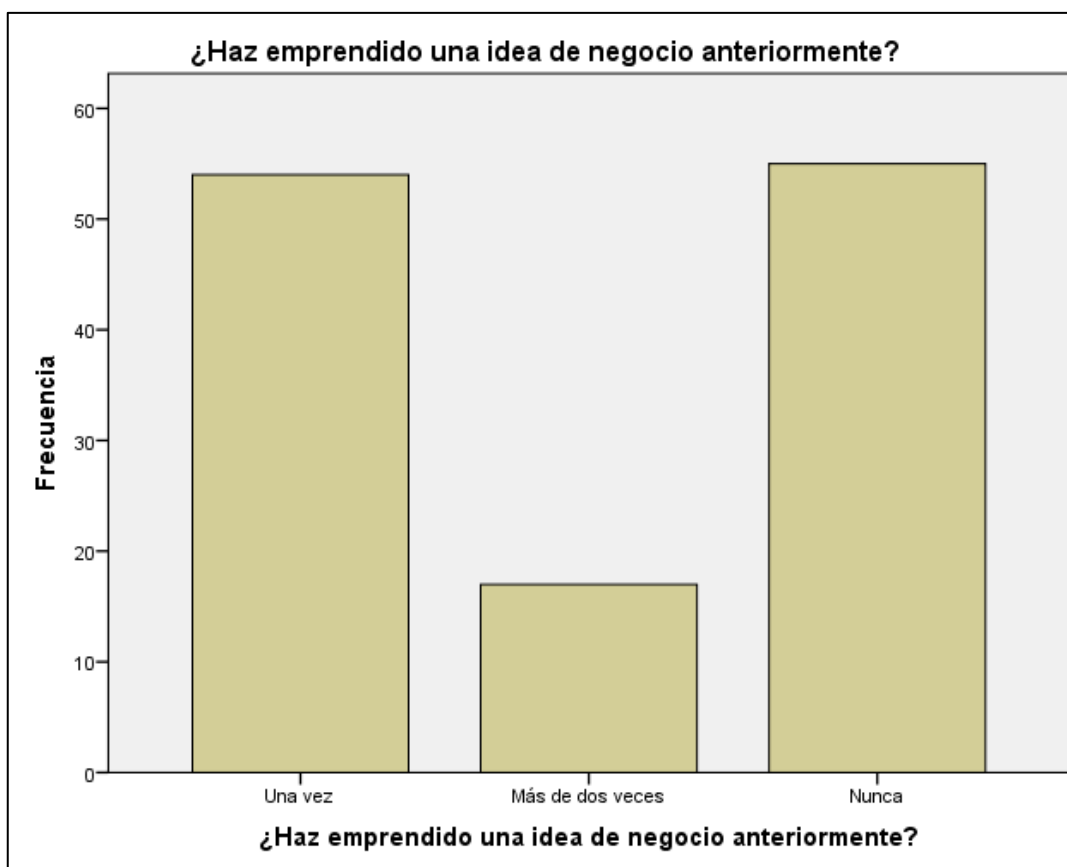
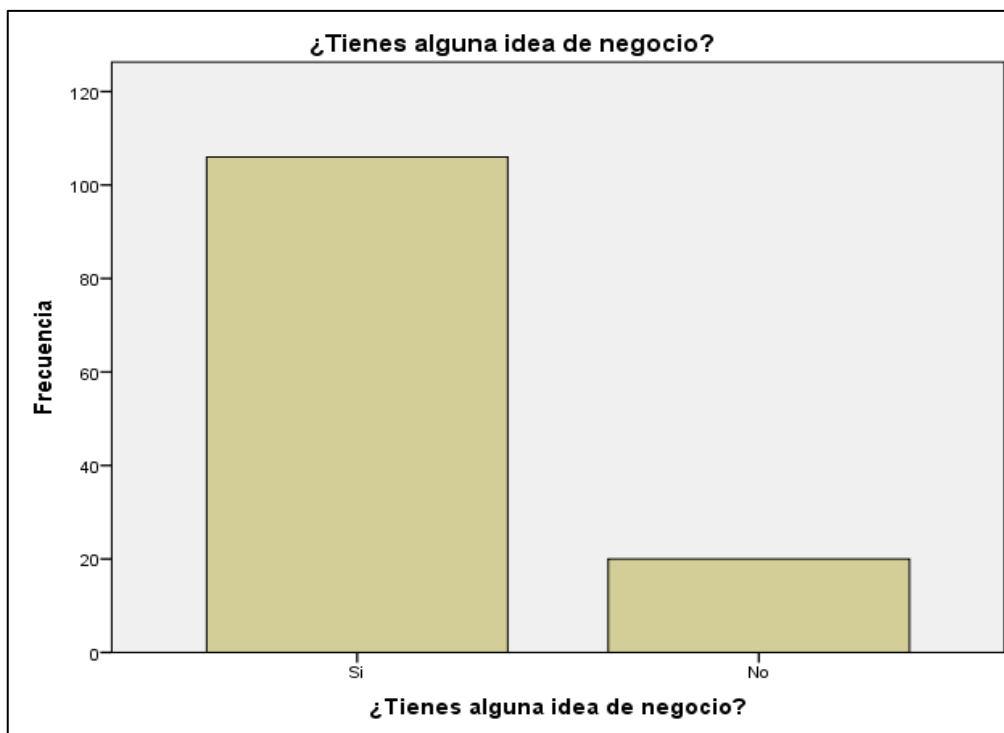


Figura 9 Emprendimiento de negocio anteriormente

En la tabla 12 y figura 9 vemos de 126 encuestados: El 43,7% (55 personas), nunca emprendieron una idea de negocio anteriormente y 42,9% (54 personas) lo hicieron una vez; siendo estos los mayores porcentajes. Mientras que el 13,5% (17 personas) lo realizaron más de dos veces, representando el menor porcentaje de todos.

**Tabla 13** ¿Tienes alguna idea de negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	106	84,1	84,1	84,1
	No	20	15,9	15,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



*Figura 10 Tienes alguna idea de negocio*

En la tabla 13 y figura 10 Se puede apreciar de los 126 encuestados: El 84,1% (106 personas) si tiene una idea de negocio, siendo el porcentaje más alto. Mientras que el 15,9% (20 personas) no tiene una idea de negocio, representando el porcentaje más bajo.

**Tabla 14** ¿Actualmente, estás emprendiendo una idea de negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	41	32,5	32,5
	No	61	48,4	81,0
	En proceso	24	19,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0

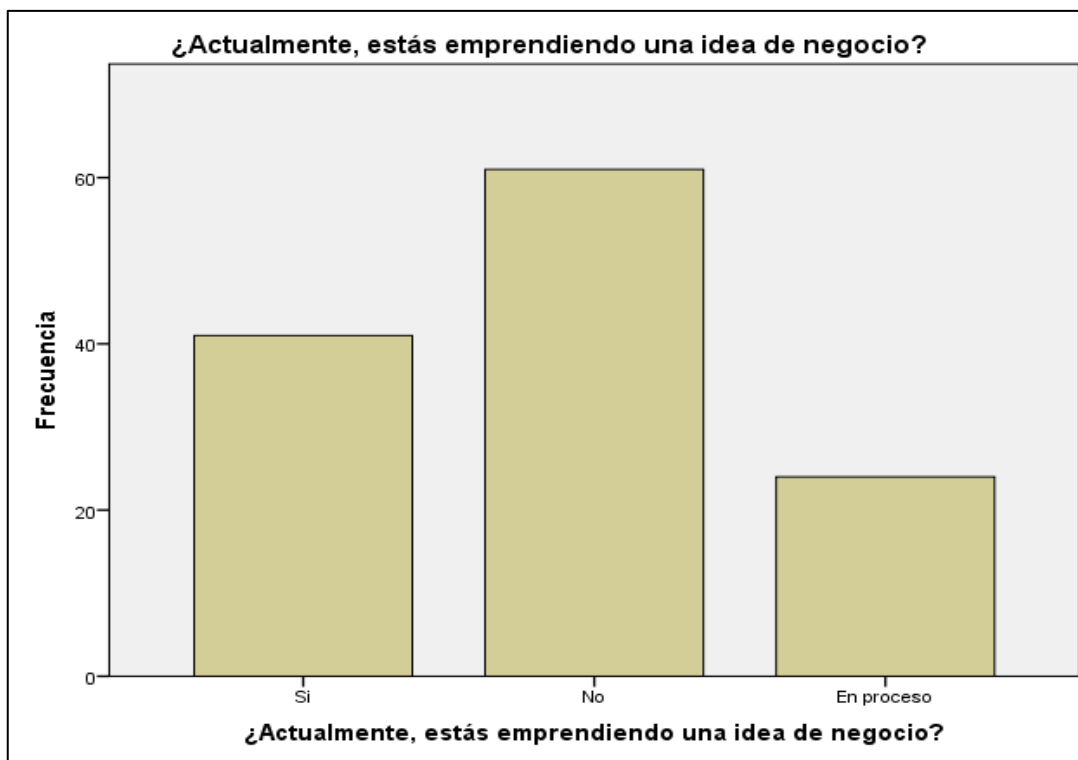


Figura 11 . Emprendiendo una idea de negocio

En la tabla 14 y figura 11 Se puede visualizar de los encuestados: El 48,4% (61 personas) actualmente no está emprendiendo un negocio, siendo el porcentaje más alto, en segundo lugar, un 32,5% (41 personas) si lo están haciendo, lo cual se considera un indicador importante y significativo, finalmente un 19% (24 personas) está en proceso. Si sumamos las dos últimas respuestas podemos estimar que un 51 % de los estudiantes encuestados esta con la perspectiva de hacer su propio negocio lo cual es muy relevante.

Tabla 15 ¿Si emprendieras, serías capaz de arriesgar una idea de negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	70	55,6	55,6	55,6
	No	16	12,7	12,7	68,3
	Tal vez	40	31,7	31,7	100,0
Total		126	100,0	100,0	



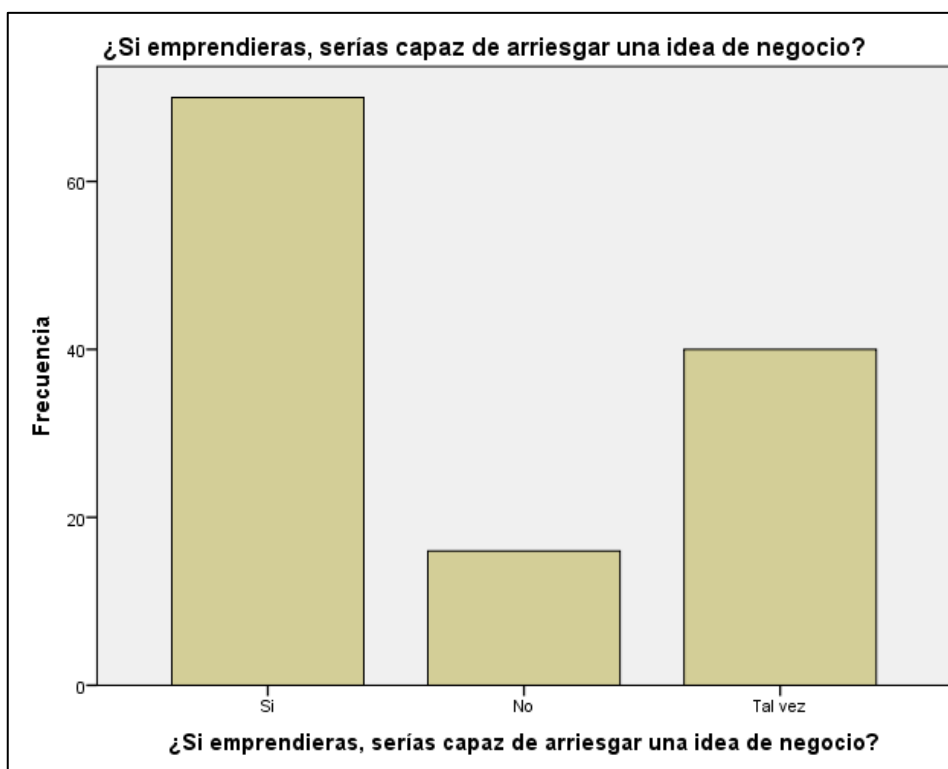
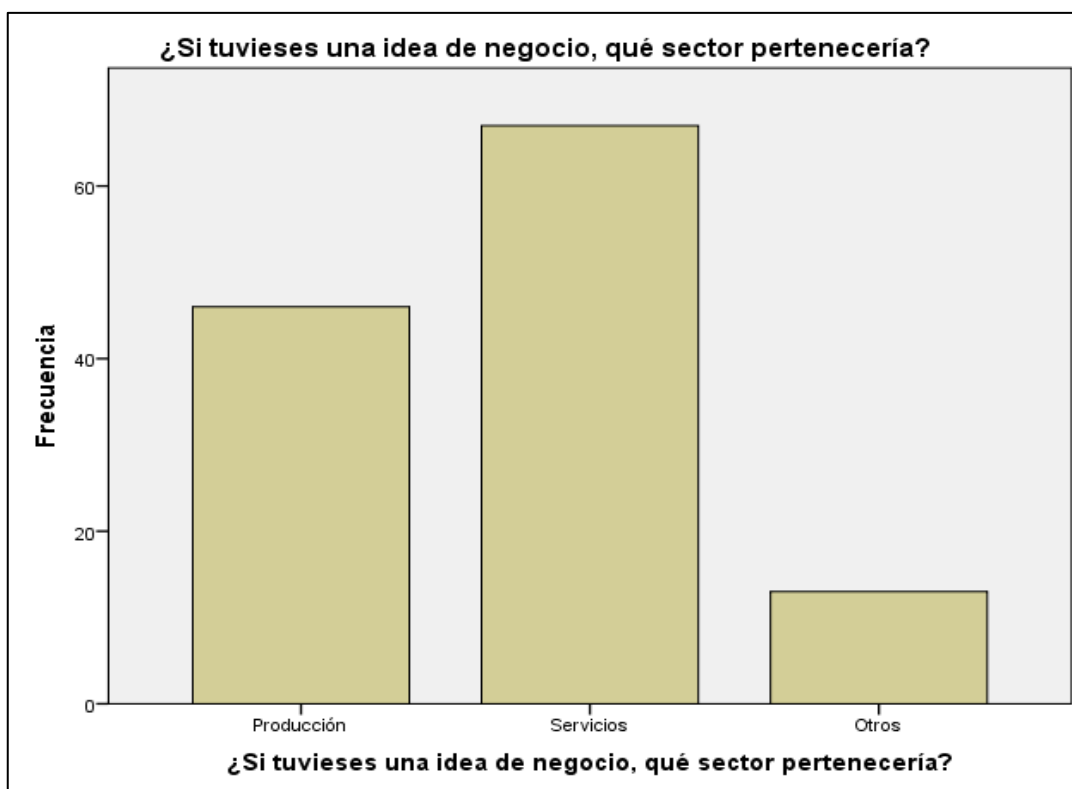


Figura 12 Arriesgarse por una idea de negocio

En la tabla 15 y figura 12 de los resultados, se puede estimar que el 55,6% (70 personas) si sería capaz de arriesgar una idea de negocio, siendo este el mayor porcentaje de todos. El 31,7% (40 personas) tal vez sería capaz de arriesgar una idea de negocio; en comparación con el 12,7% (16 personas) no sería capaz de arriesgar una idea de negocio, siendo este el menor porcentaje de todos.

**Tabla 16** ¿Si tuvieses una idea de negocio, qué sector pertenecería?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Producción	46	36,5	36,5	36,5
	Servicios	67	53,2	53,2	89,7
	Otros	13	10,3	10,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

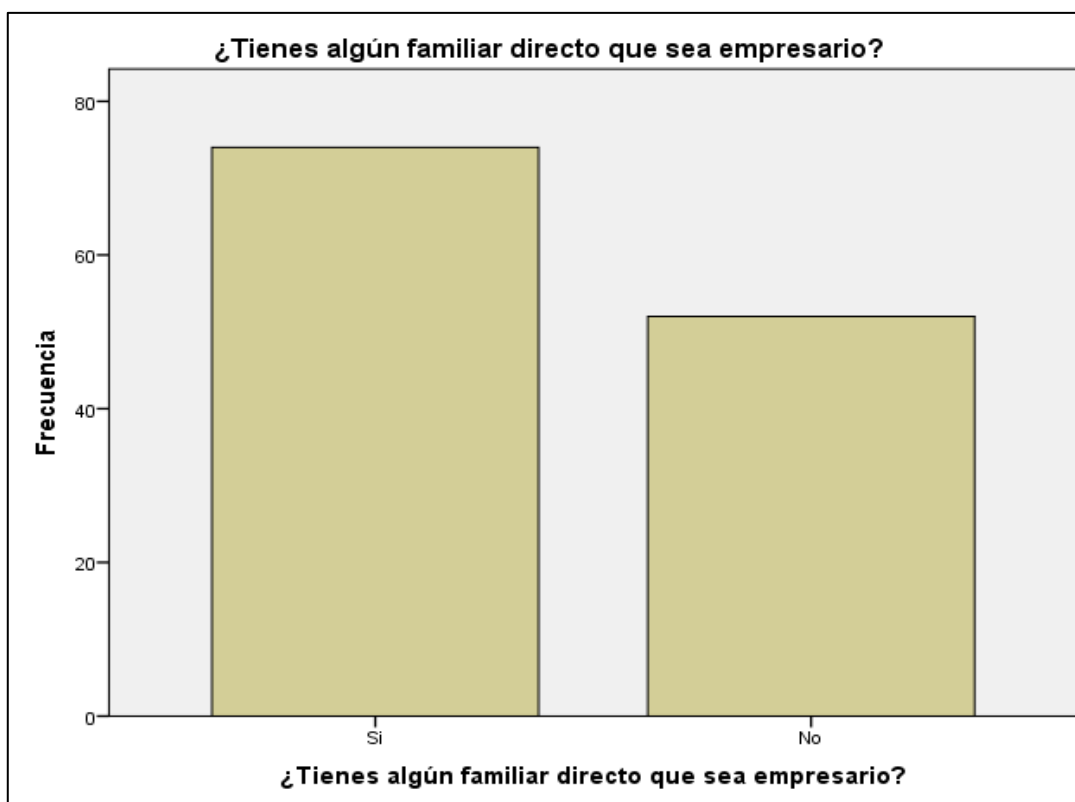


*Figura 13 Sector del Negocio*

En la tabla 16 y figura 13 de los resultados, se puede estimar que el 53.2% (67 personas) se ubicaría en el sector de servicios y un 36.55 % (46 personas) optaría en el sector productivo y un 10.3% (13 personas) en Otros. (Comercio, extractivo, etc.)

**Tabla 17** ¿Tienes algún familiar directo que sea empresario?

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Si	74	58,7	58,7	58,7
	No	52	41,3	41,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



*Figura 14 Familiar que sea empresario*

En la tabla 17 y figura 14 de los resultados, se puede especificar que un 58.7% (74 personas) si tiene familia con negocio, dato que resulta interesante para el objeto de la presente investigación y un 41.3 % (52 personas) que no tiene familia con negocio.

**Tabla 18** ¿Cree Ud. que un taller didáctico ayudaría a estimular y fortalecer las habilidades emprendedoras en los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial?

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Si	117	92,9	93,6	93,6
	No	8	6,3	6,4	100,0
	Total	125	99,2	100,0	

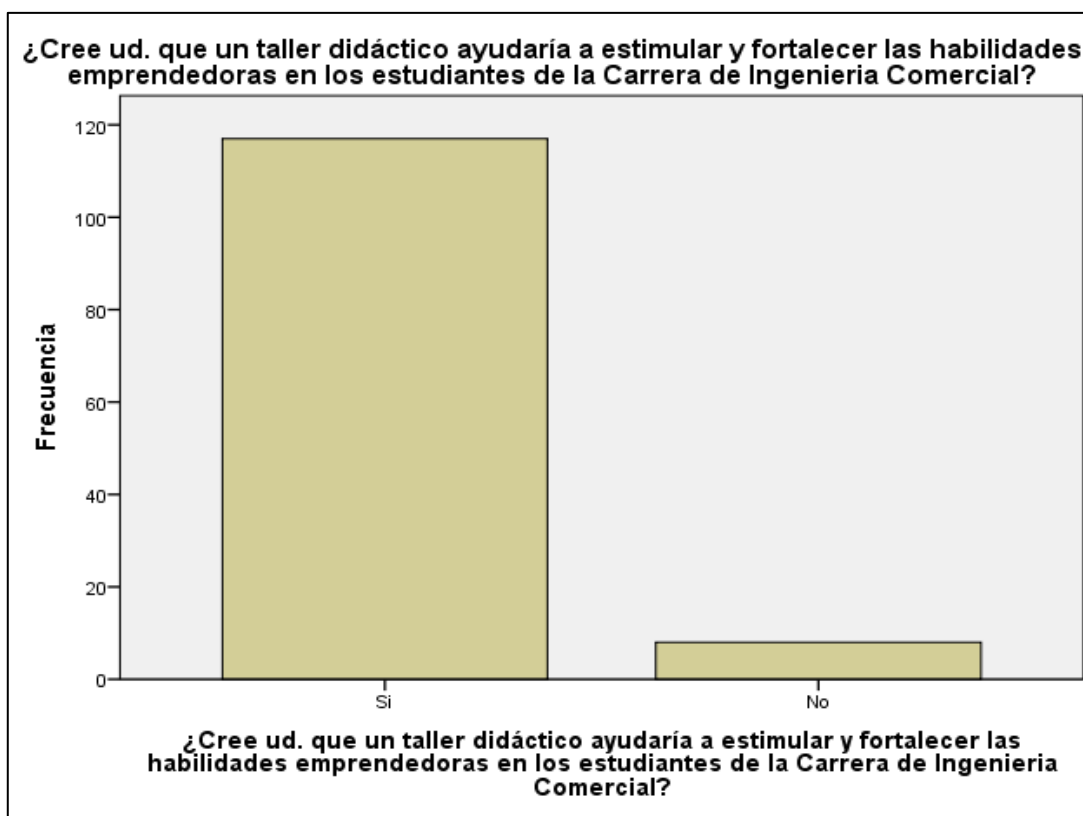


Figura 15 Taller didáctico

En la tabla 18 y figura 15 de los resultados, De los resultados, se puede especificar que un 99.2% (117 personas) opina favorablemente con la realización de un Taller que fortalecería y estimularía las habilidades emprendedoras de los estudiantes en comparación con un mínimo 6.3% (8 personas) que opinan desfavorablemente.

Tabla 19 Me esmero en buscar cosas que necesiten hacerse

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	17	13,5	13,5	13,5
	Usualmente	89	70,6	70,6	84,1
	Siempre	20	15,9	15,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



Figura 16 Me esmero en buscar cosas que necesiten hacerse

En la tabla 19 y figura 16 se observa en los cuadros, respecto a la pregunta en sí se esmeran en buscar cosas que necesiten hacerse, la mayoría de las personas indicó que usualmente si se esmeran con un porcentaje de 70,6% el segundo porcentaje con mayor resultado opinan que siempre lo hacían con un 15,9 %, y un 13,5% opina que algunas veces se esmera en hacer cosas que se necesitan realizarse.

**Tabla 20** Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto gran cantidad de tiempo en encontrar una solución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Raras veces	18	14,3	14,3	14,3
Algunas veces	28	22,2	22,2	36,5
Válidos Usualmente	68	54,0	54,0	90,5
Siempre	12	9,5	9,5	100,0
Total	126	100,0	100,0	

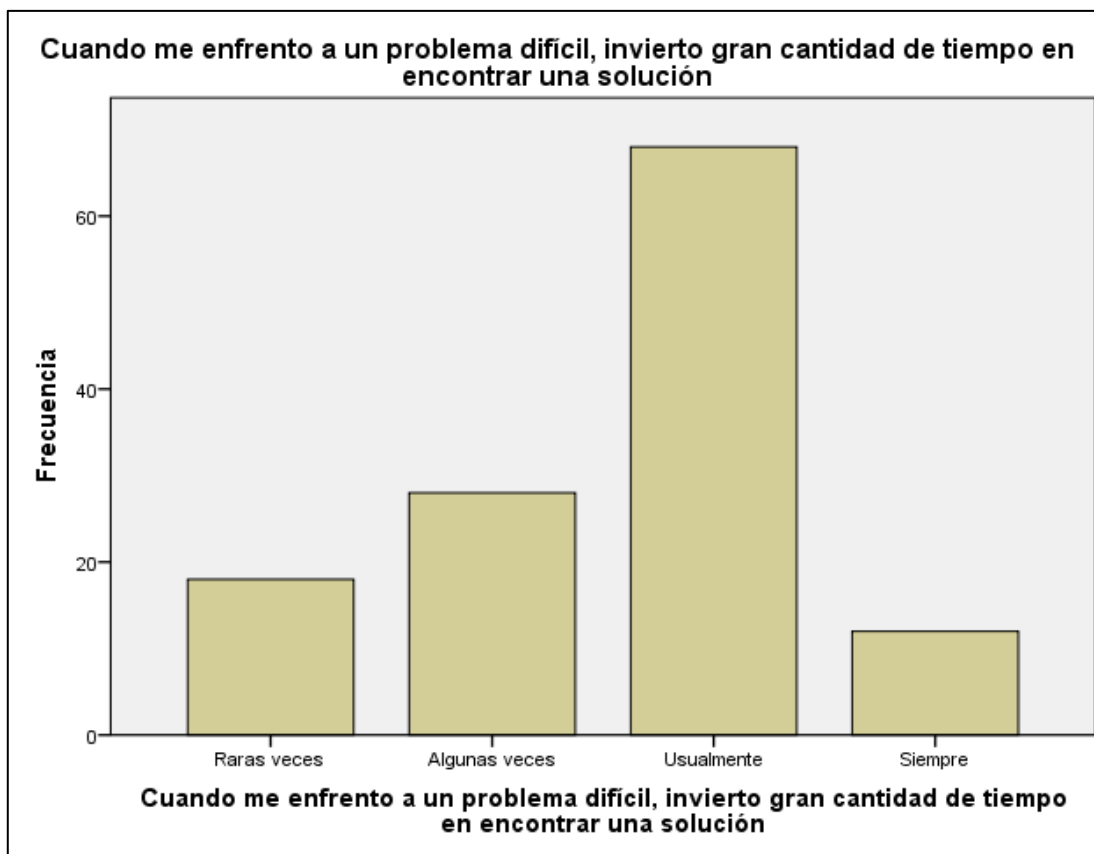


Figura 17 Enfrentar un problema difícil

En la tabla 20 y figura 17 Según este gráfico, podemos decir que el 54,0 % de personas encuestadas cuando se enfrentan a un problema, usualmente, invierten una gran cantidad de tiempo para resolverlo. Por otro lado, observamos que el 22,2% de los encuestados algunas veces lo hacen; seguido del 14,3 % que raramente lo hacen y un 9,5 % que siempre se da el tiempo de resolver su problema

Tabla 21 Termino mi trabajo a tiempo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Raras veces	5	4,0	4,0
	Algunas veces	53	42,1	46,0
Válidos	Usualmente	37	29,4	75,4
	Siempre	31	24,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0

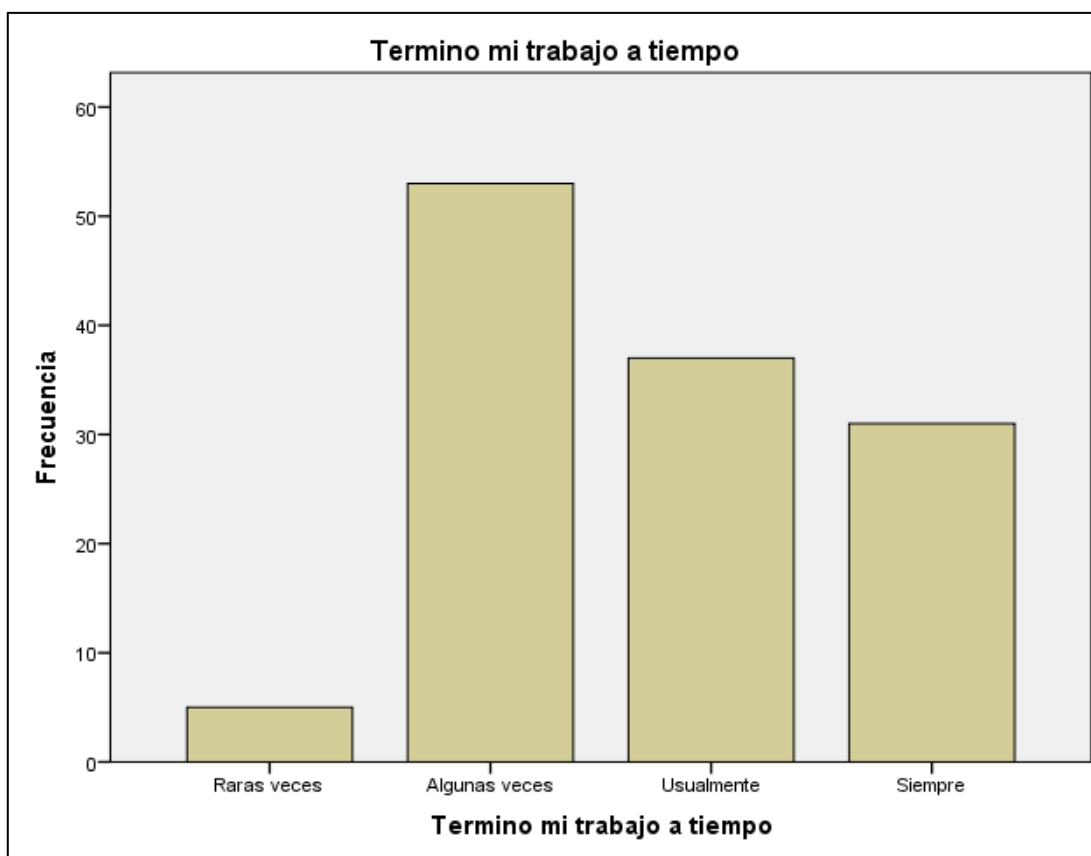


Figura 18 Terminar el trabajo a tiempo

En la tabla 21 y figura 18 según las encuestas realizadas, podemos concluir que el 42,1 % de personas encuestadas algunas veces, terminan su trabajo a tiempo. Por otro lado, observamos como los porcentajes van descendiendo; con un 29,4 % que usualmente lo hacen; un 24,6 % donde siempre lo cumplen y un 4 % que rara vez lo logra.

Tabla 22 Me molesta cuando las cosas no se hacen debidamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	3	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	23	18,3	18,3	20,6
	Usualmente	56	44,4	44,4	65,1
	Siempre	44	34,9	34,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



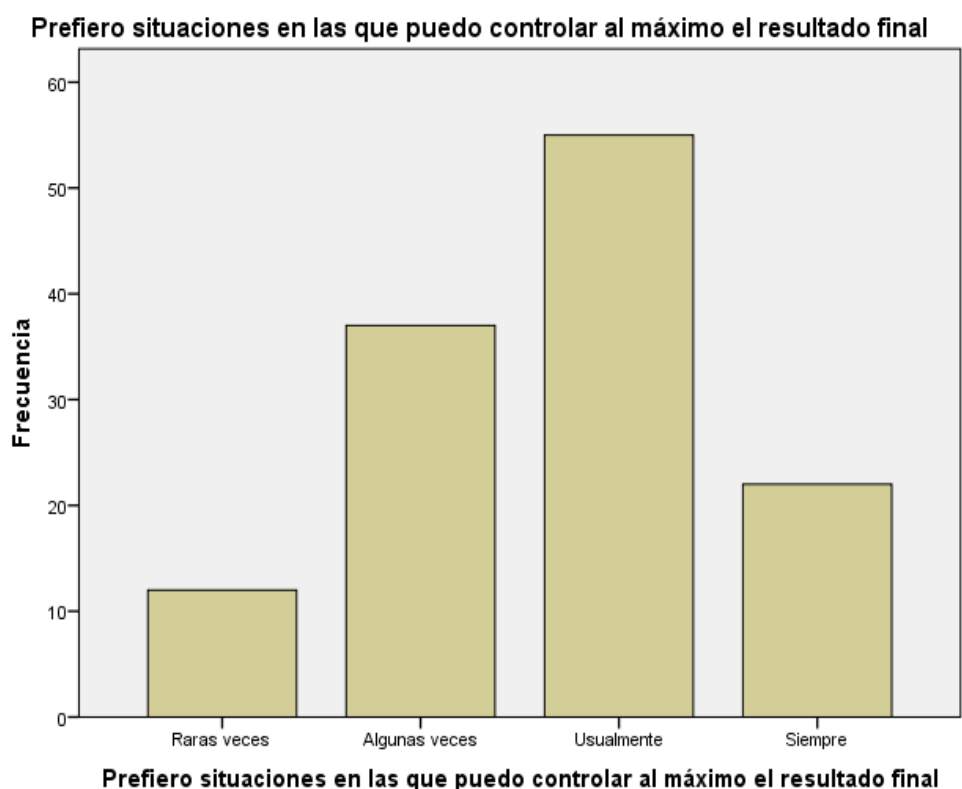
**Figura 19** Molestia cuando las cosas no se hacen debidamente

En la tabla 22 y figura 19 Según el grafico, vemos que la mayoría de las personas si se molesta cuando las cosas no salen o se hacen como se espera; el mayor rango es de 44,4 % que usualmente se molestan; de ahí los rangos van disminuyendo con 34,9 %, 18,3% y 2,4 %; donde siempre, algunas veces y rara vez lo hacen.

**Tabla 23** Prefiero situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Raras veces	12	9,5	9,5
	Algunas veces	37	29,4	38,9
Válidos	Usualmente	55	43,7	82,5
	Siempre	22	17,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0



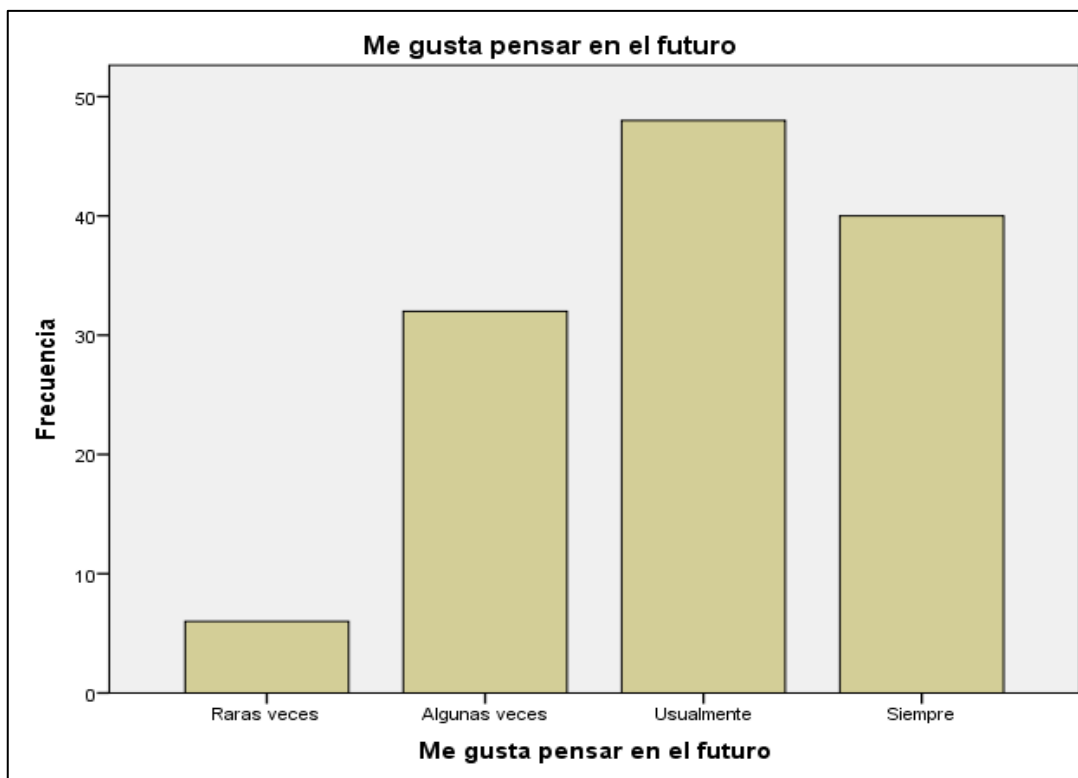


*Figura 20 . Preferencia de situaciones de control al máximo*

En la tabla 23 y figura 20 Según el resultado que nos brinda el grafico; el 43,7 %, usualmente y un 29,4 %, algunas veces prefieren tener el control de lo que hacen. El resto de las personas encuestadas; con un 17,5 %, siempre quieren tener el control y el 9,5 % que rara vez prefieren tener el control de las cosas. Es decir que la mayoría de las personas encuestadas si prefieren tener un control sobre las cosas que realizan; y los demás también, pero no lo ven tan necesario.

**Tabla 24** Me gusta pensar en el futuro

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
	Raras veces	6	4,8	4,8
	Algunas veces	32	25,4	30,2
Válidos	Usualmente	48	38,1	68,3
	Siempre	40	31,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



*Figura 21 Pensar en el futuro*

En la tabla 24 y figura 21 Sobre, si les gustaba pensar en un futuro ellos indicaron con un porcentaje de 38,1% que usualmente si lo hacían, mientras que otras personas dijeron que siempre pensaban en el futuro con un 31,7%, y se va reduciendo a algunas veces y raras veces con 25,4% y 4,8% respectivamente. En términos generales la gran mayoría si se preocupa por su futuro representando un 95.2%.

**Tabla 25** Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo recaudo toda la información posible antes de darle curso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	9	7,1	7,1	7,1
	Algunas veces	15	11,9	11,9	19,0
	Usualmente	74	58,7	58,7	77,8
	Siempre	28	22,2	22,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



Figura 22 Recaudar toda la información posible

En la tabla 25 y figura 22 En esta encuesta podemos observar que un 58.7% de las personas encuestadas recaudan información antes de empezar con la tarea o proyecto; en segundo lugar, tenemos a las personas que siempre recaudan la información en un 22.2%; (lo ideal); seguidamente con 11.9% tenemos a las personas que algunas veces recaudan la información; y por último con un 7.1% a las personas que raras veces realizan este proceso.

**Tabla 26** Planifico un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	15	11,9	11,9	11,9
	Algunas veces	56	44,4	44,4	56,3
	Usualmente	42	33,3	33,3	89,7
	Siempre	13	10,3	10,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

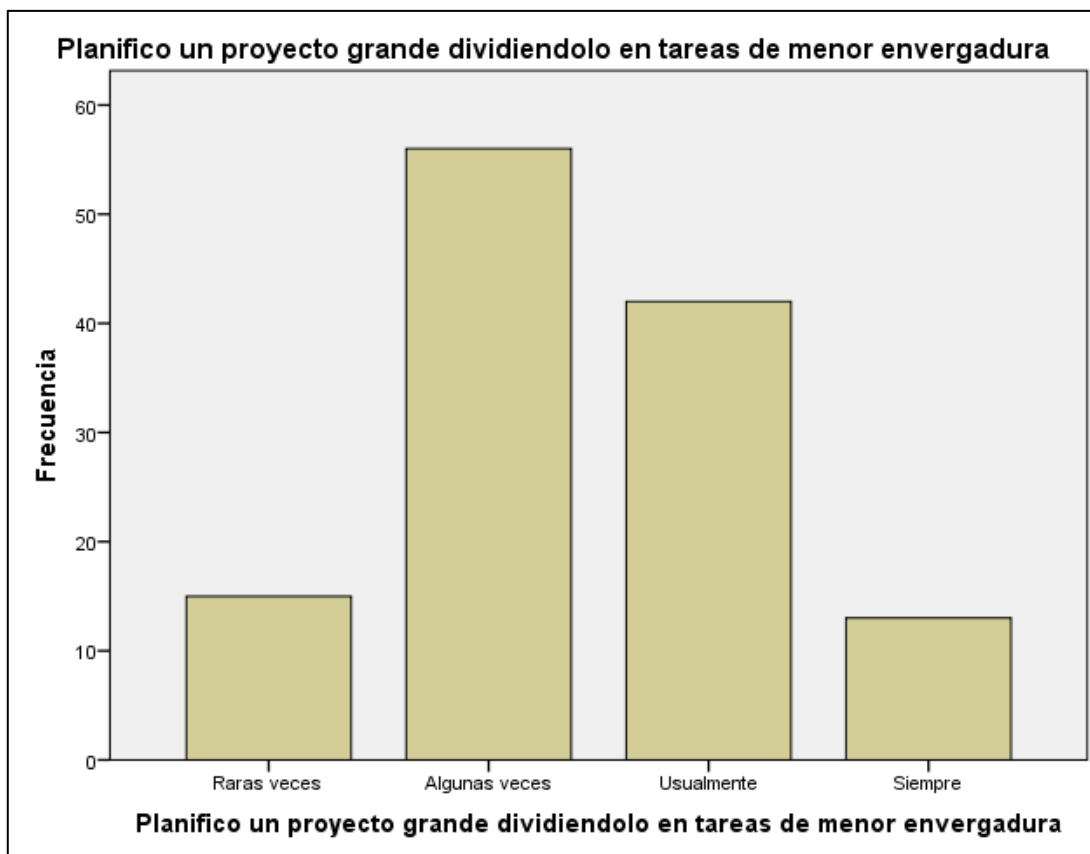


Figura 23 Planificación de un proyecto

En la tabla 26 y figura 23 En cuestión de planificación, respecto al cuadro anterior, se puede concluir que, con un porcentaje de 44,4%, las personas entrevistadas lo hacen algunas veces y se va reduciendo a usualmente, siempre y raras veces con 33,3%, 10,3% y 11,9% respectivamente. Es preciso indicar que solo el 10.3% de los encuestados siempre planifica, dato relevante.

**Tabla 27** Logro que otros apoyen mis recomendaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	5	4,0	4,0	4,0
	Algunas veces	35	27,8	27,8	31,7
	Usualmente	67	53,2	53,2	84,9
	Siempre	19	15,1	15,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

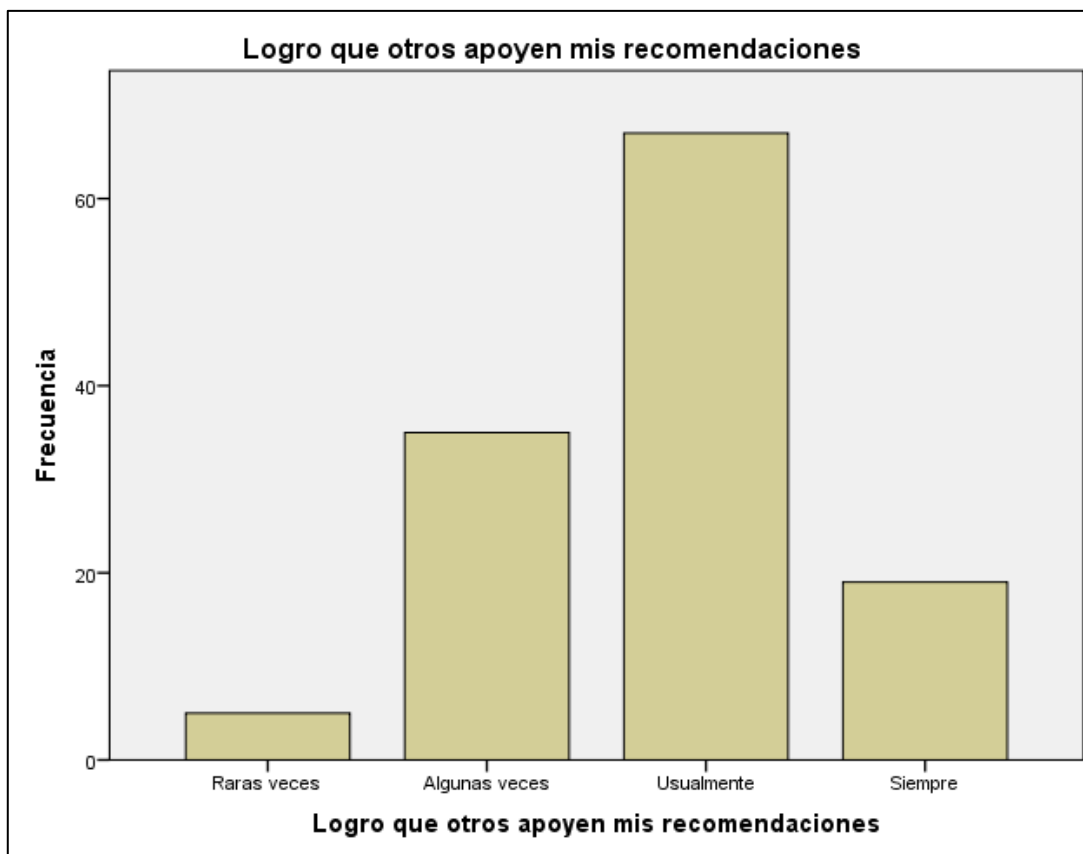


Figura 24 apoyen mis recomendaciones

En la tabla 27 y figura 24 Según el cuadro, el lograr que apoyen las recomendaciones pasa un 53,2%, **usualmente** lo hace, el 27.8% lo hace algunas veces y un 15.1% logra que siempre apoyen sus recomendaciones y finalmente con un 4%. Raras veces lo hace. En conclusión, los entrevistados logran en su mayoría que otros apoyen sus recomendaciones

**Tabla 28** No importa quién sea mi interlocutor, lo escucho con atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	10	7,9	7,9	7,9
	Algunas veces	23	18,3	18,3	26,2
	Usualmente	29	23,0	23,0	49,2
	Siempre	64	50,8	50,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

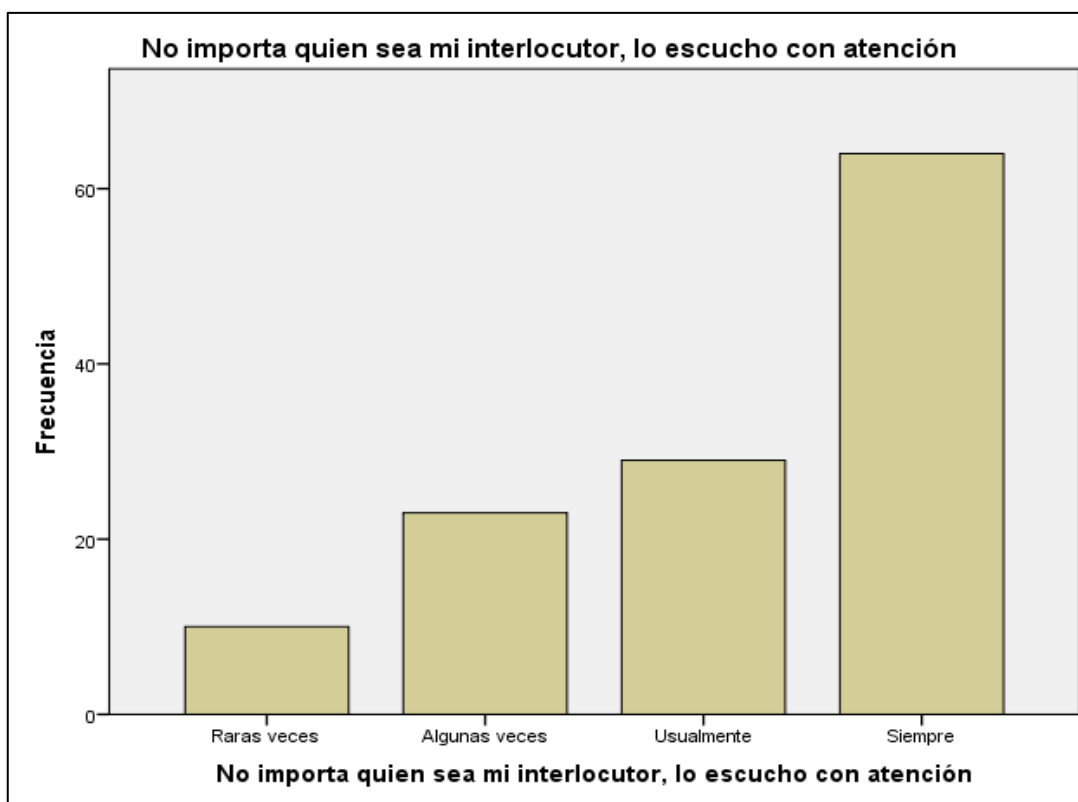


Figura 25 No importa quién sea mi interlocutor

En la tabla 28 y figura 25 De la muestra de 126, se puede afirmar que el 50,8% de los encuestados siempre escuchan con atención a los demás. Representando más del 50% y un contradictorio 7.9% que raras veces lo hace. En términos generales la mayoría escucha a su interlocutor.

**Tabla 29** Hago lo que se necesite hacer sin que otros tengan que pedirme que lo haga

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	20	15,9	15,9	15,9
	Usualmente	61	48,4	48,4	64,3
	Siempre	45	35,7	35,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

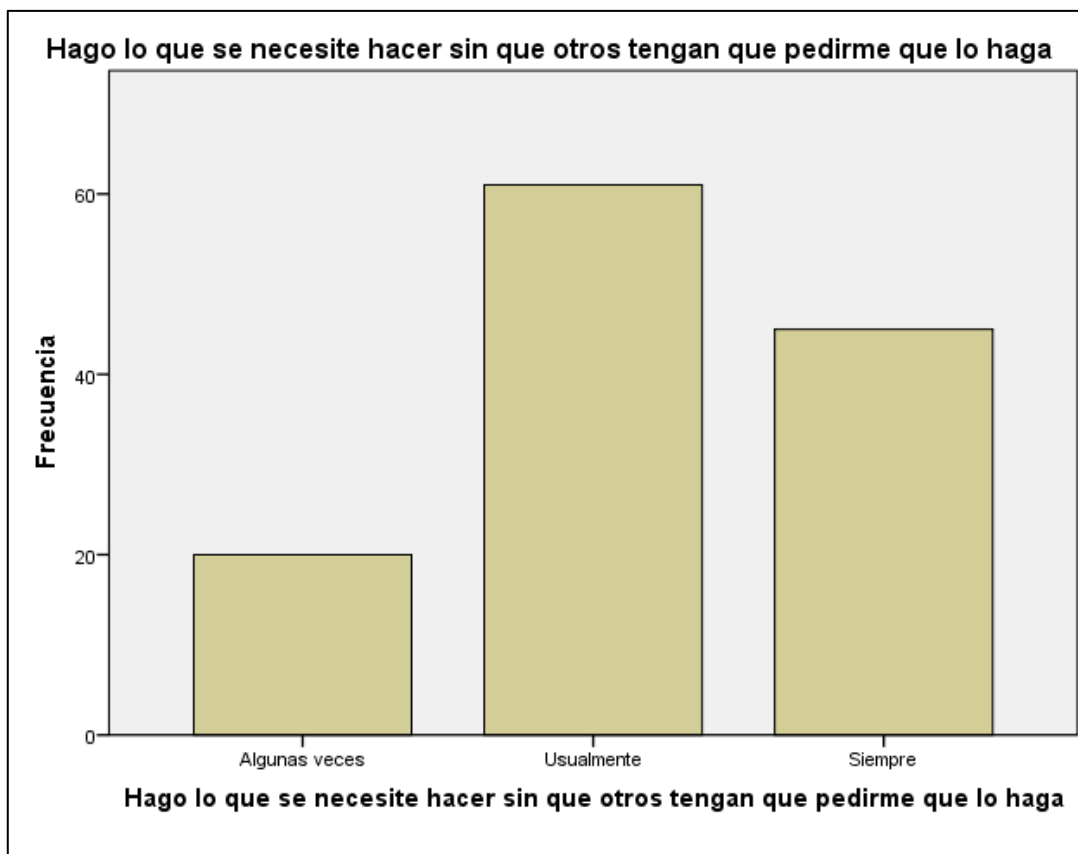


Figura 26 Hacer lo necesario sin que otros tengan que pedirlo.

En la tabla 29 y figura 26 De los cuadros, destacan los que marcaron “usualmente”, representando un 48,4% de los encuestados y un 35.7% siempre hacen lo que tienen que hacer sin necesidad de control y un 15.9% necesita de una supervisión.

**Tabla 30** Insisto varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que yo quiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	19	15,1	15,1	15,1
	Raras veces	19	15,1	15,1	30,2
	Algunas veces	42	33,3	33,3	63,5
	Usualmente	34	27,0	27,0	90,5
	Siempre	12	9,5	9,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



Figura 27. Insistir varias veces.

En la tabla 30 y figura 27 De la muestra, un 33,3% insisten “alguna vez” para conseguir que otras personas hagan lo que ellos quieran de manera regular. Un 27 % insisten “usualmente” y un 9.5% siempre insiste. Por otro lado, un 15.1% “nunca o rara vez” insiste. Se puede concluir que la persistencia es el común denominador en la mayoría de los encuestados.

**Tabla 31** Soy fiel a las promesas que hago

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Raras veces	10	7,9	8,3
	Algunas veces	11	8,7	17,4
Válidos	Usualmente	68	54,0	73,6
	Siempre	32	25,4	100,0
	Total	121	96,0	100,0





Figura 28 Cumple las promesas

En la tabla 31 y figura 28 De los resultados un 54% de los encuestados cumplen sus promesas de manera usual. Sólo un 25,4% aseguran cumplir siempre sus promesas, que en sumatoria representarían un 79.4% en comparación con un 16.6% que alguna o rara veces lo hace.

**Tabla 32** Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que laboro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	2	1,6	1,6	1,6
	Algunas veces	28	22,2	22,2	23,8
	Usualmente	66	52,4	52,4	76,2
	Siempre	30	23,8	23,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



Figura 29 Rendimiento en el trabajo.

En la tabla 32 y figura 29 Un 52,4% de la muestra asegura rendir mejor en el trabajo de manera usual, un 23.8% indica que siempre lo hace mejor, el 22.2% responde que algunas veces lo hace y un 1.6% Rara vez lo hace. Esto determina que la mayoría califica su rendimiento como mejor en relación a otros compañeros representado por un 76.2% del 100%.

**Tabla 33** Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	23	18,3	18,3	18,3
	Raras veces	14	11,1	11,1	29,4
	Algunas veces	29	23,0	23,0	52,4
	Usualmente	47	37,3	37,3	89,7
	Siempre	13	10,3	10,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

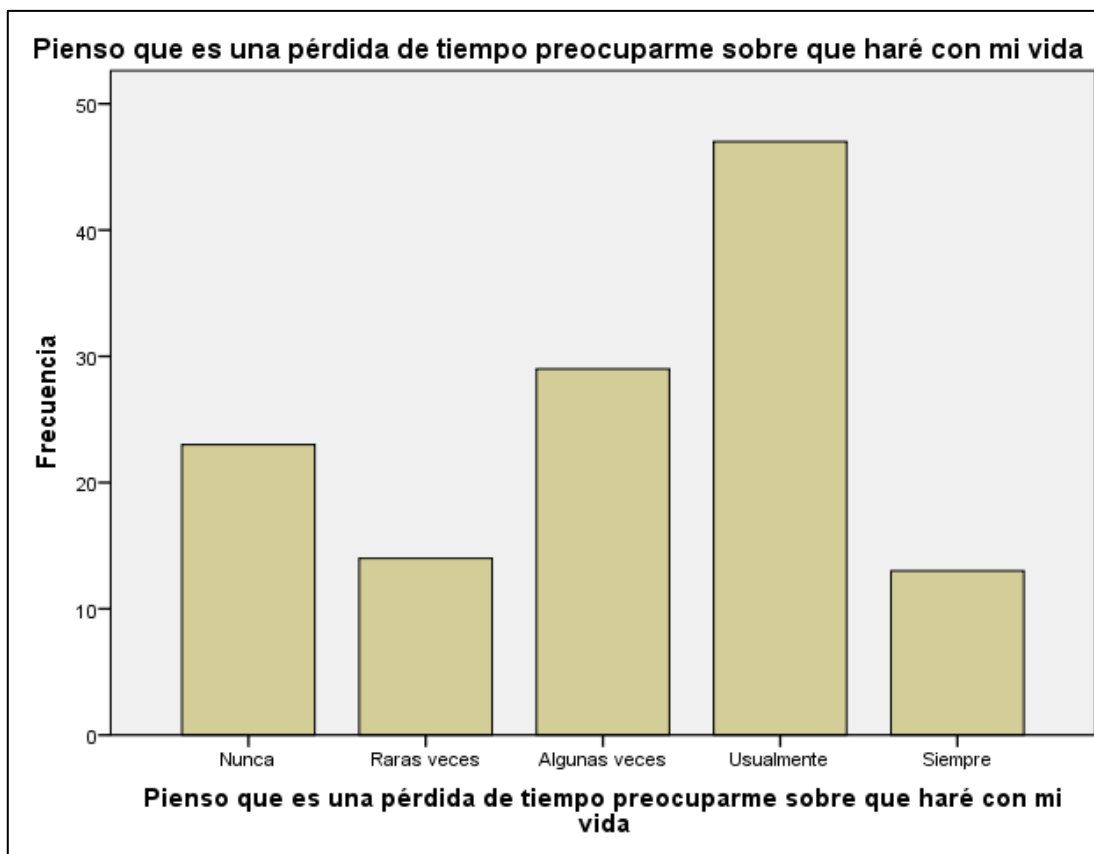


Figura 30 Pensar que es una pérdida de tiempo preocuparse que haré con mi vida

En la tabla 33 y figura 30 Un 37,3% de los encuestados dicen que usualmente piensan que es una pérdida de tiempo preocuparse por su futuro. Sin embargo, un 18,3% asegura estar al tanto de su futuro y que nunca pensaría de eso como una pérdida de tiempo.

**Tabla 34** Busco el consejo de personas que son especialistas en lo que me estoy desempeñando

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	3,2	3,2	3,2
	Raras veces	5	4,0	4,0	7,1
	Algunas veces	17	13,5	13,5	20,6
	Usualmente	42	33,3	33,3	54,0
	Siempre	58	46,0	46,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



Figura 31 Consejo de especialistas

En la tabla 34 y figura 31 la mayoría de los encuestados buscan siempre consejos de especialistas, siendo un porcentaje del 46%, y aquellos que marcaron “usualmente” son un 33,3%. En resumen, casi todos buscan asesoría que sumados representan un 79.3%. Por otro lado, el 7.2% representa el acumulado que opina que nunca o rara vez lo haría.

**Tabla 35** Considero cuidadosamente las ventajas y desventajas que tienen diferentes alternativas para llevar a cabo una tarea

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Raras veces	8	6,3	6,3
	Algunas veces	14	11,1	17,5
Válidos	Usualmente	66	52,4	69,8
	Siempre	38	30,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0

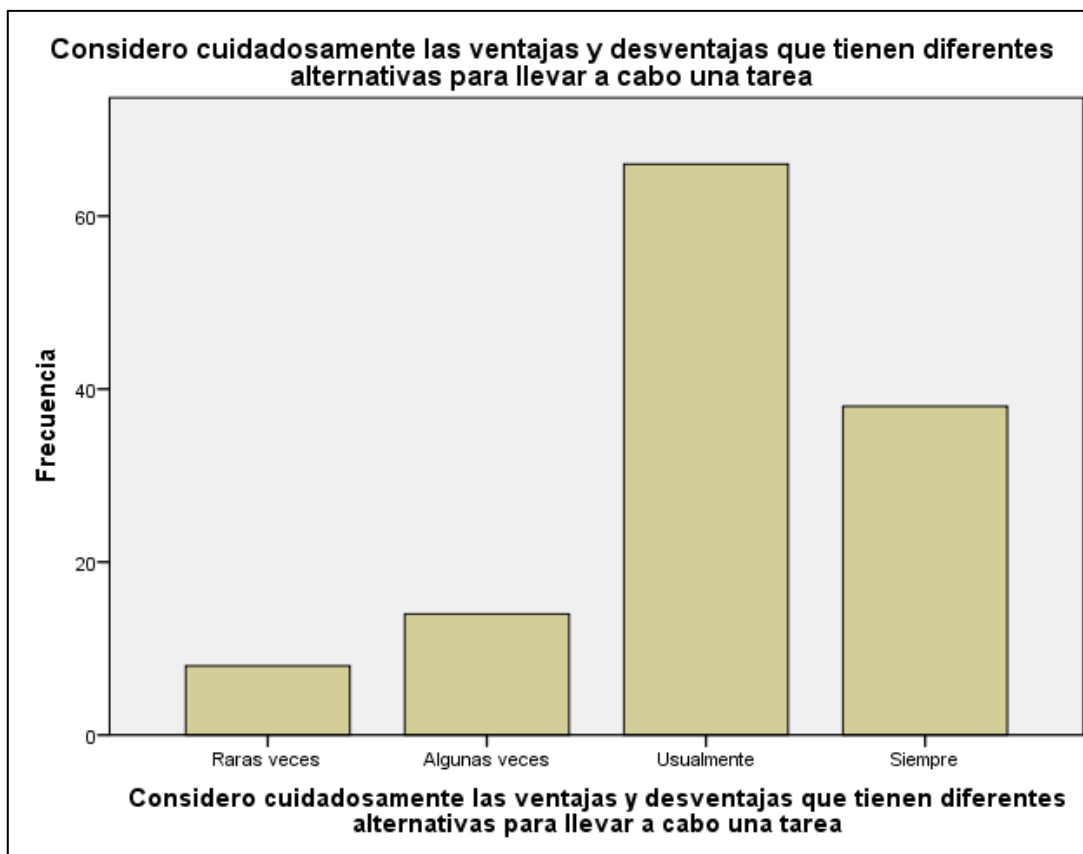


Figura 32 Considera cuidadosamente las ventajas y desventajas de las alternativas

En la tabla 35 y figura 32 La mayoría de los encuestados se preocupan por los efectos que pueden ocasionarles su toma de decisiones, siendo un porcentaje de 52,4% que marcaron “usualmente” y un 30,2% que marcaron “siempre” que en suma representan un 82,6% un porcentaje significativo en relación a aquellos encuestados que algunas veces o rara vez lo harían que representan un 16.4% del porcentaje total.

**Tabla 36** No invierto mucho tiempo en pensar cómo puedo influenciar a otras personas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	11	8,7	8,7	8,7
	Raras veces	22	17,5	17,5	26,2
	Algunas veces	28	22,2	22,2	48,4
	Usualmente	57	45,2	45,2	93,7
	Siempre	8	6,3	6,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

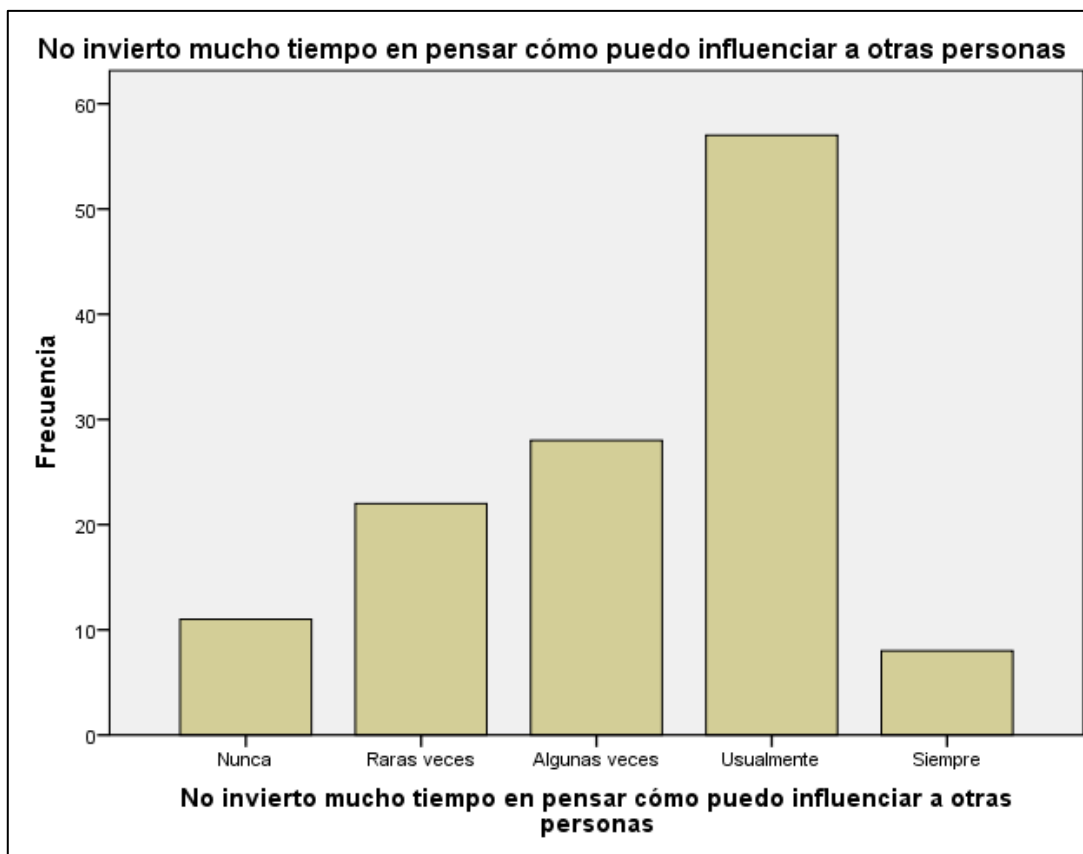


Figura 33 influenciar en otras personas

En la tabla 36 y figura 33 Las personas encuestadas se mantienen en una respuesta no tan extrema desde ningún lado, destacando “usualmente” con 45,2%, “algunas veces” con 22,2% y “raras veces” con 17,5%. Es decir, se mantienen regulares frente al hecho de pensar en cómo podrían influenciar a otras personas. Aunque destaca la alternativa “usualmente”.

**Tabla 37** Cambio de manera de pensar si otros difieren enérgicamente con mis puntos de vista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	14	11,1	11,1	11,1
	Raras veces	9	7,1	7,1	18,3
	Algunas veces	44	34,9	34,9	53,2
	Usualmente	50	39,7	39,7	92,9
	Siempre	9	7,1	7,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

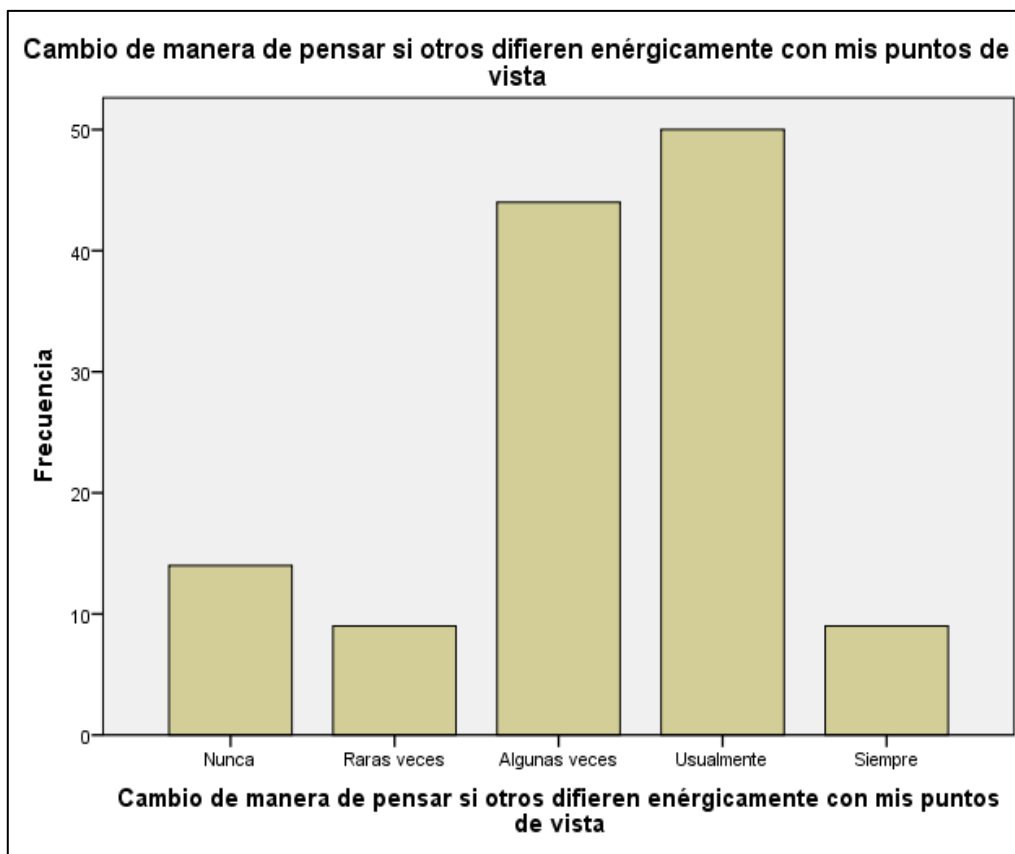


Figura 34 Modo de pensar si otros difieren con mis puntos de vista

En la tabla 37 y figura 34 de las respuestas se pueden apreciar que un 39,7% usualmente lo haría y un 34,9 % algunas veces lo haría que sumados ambas respuestas representarían un 74,67 lo cual demuestra que los estudiantes si estarían dispuesto a cambiar su percepción y un llamativo 11.1% que nunca lo haría eso quiere decir que mantendría firmeza en su posición y un 9% que siempre lo hace esto se pueden entender que la influencia del entorno al que se encuentra es gravitante.

**Tabla 38** Me resiento cuando no logro lo que quiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	8	6,3	6,3	6,3
	Raras veces	22	17,5	17,5	23,8
	Algunas veces	36	28,6	28,6	52,4
	Usualmente	40	31,7	31,7	84,1
	Siempre	20	15,9	15,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

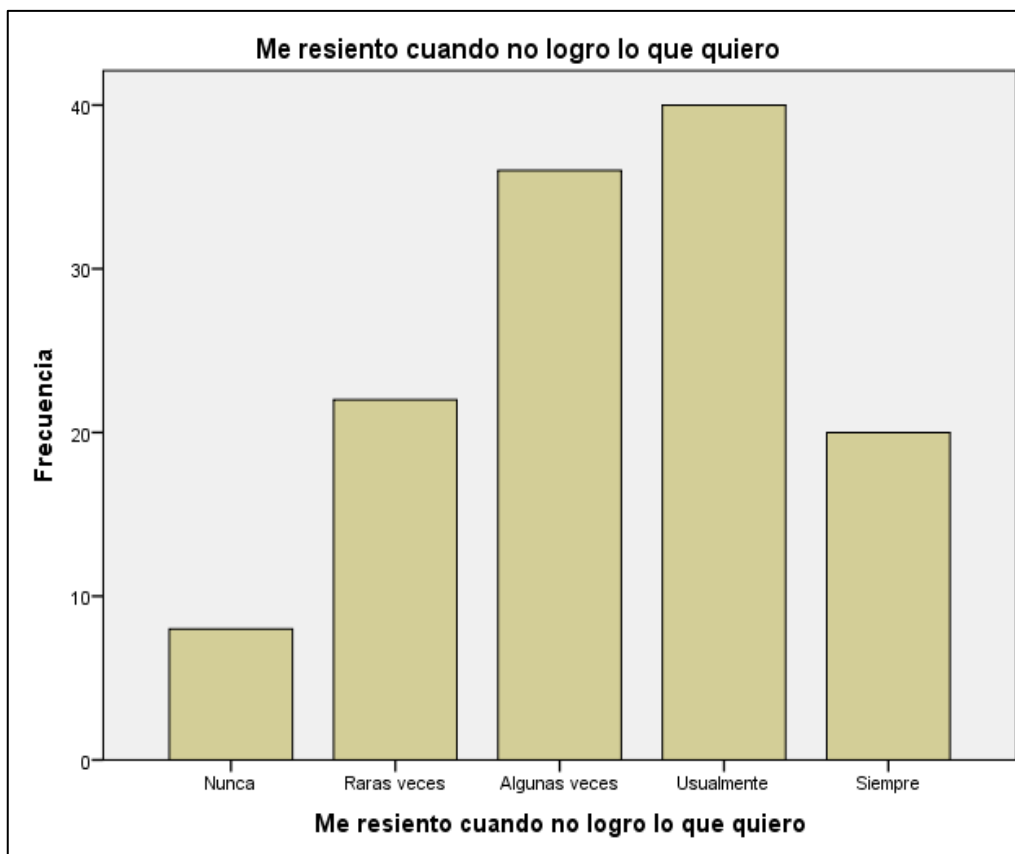


Figura 35 Frustración cuando no logro lo que quiero

En la tabla 38 y figura 35 De los cuadros se determina que los estudiantes en un 31.7% “usualmente” (habitualmente) tienen este comportamiento, un 28.6% “algunas veces” (de vez en cuando) y un 17.5% “raras veces” toma este tipo de actitud en contraste de un 15.9% que “siempre” se resiente al no lograr algo y un 6.3% indica que nunca lo haría.

**Tabla 39** Me gustan los desafíos y nuevas oportunidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	4,8	4,8	4,8
	Algunas veces	21	16,7	16,7	21,4
	Usualmente	54	42,9	42,9	64,3
	Siempre	45	35,7	35,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



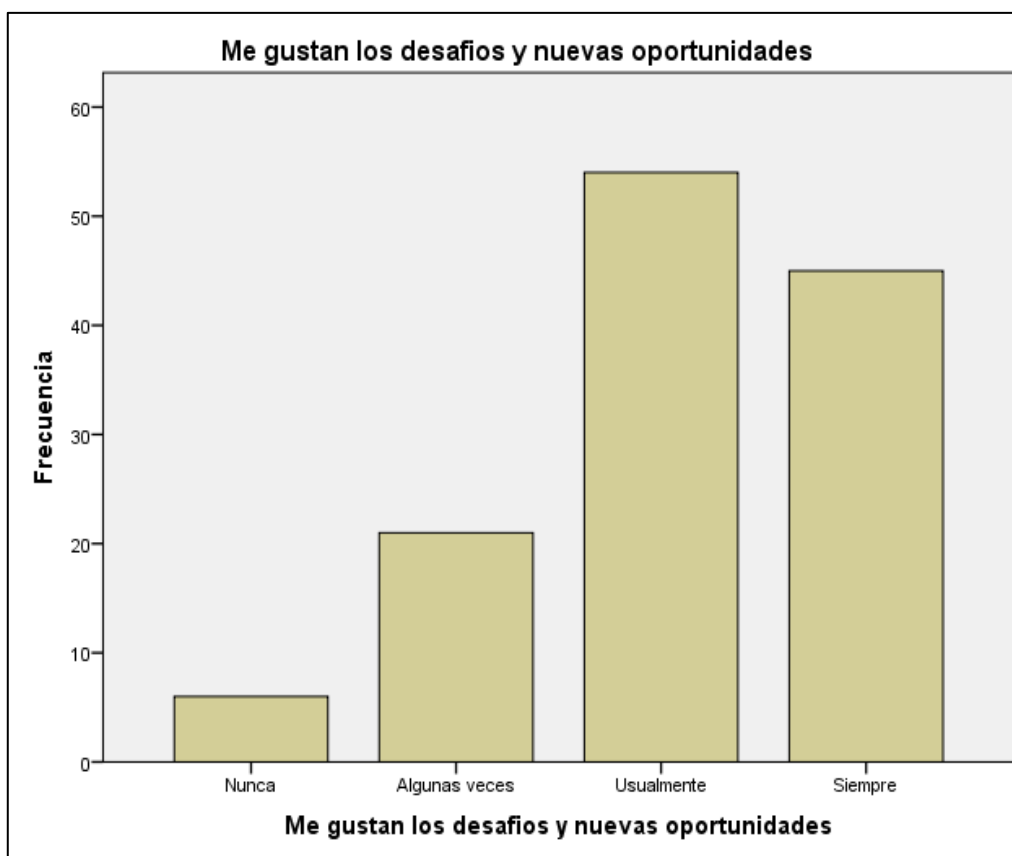


Figura 36 Desafíos y Oportunidades

En la tabla 39 y figura 36 De las respuestas se visualiza que un 42.9% “usualmente” (habitualmente) tiene esta reacción y un 35.7% “siempre” que sumando estos dos primeros resultados alcanzaría un 78.6%, lo cual se puede indicar que la mayoría de los estudiantes tienen una actitud favorable los desafíos y oportunidades en contraste de un 16.7% y 4.8% que indican “algunas veces” o “nunca” respectivamente.

**Tabla 40** Cuando algo se interpone en lo que estoy tratando de hacer, persisto mi cometido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	11	8,7	8,7	8,7
	Algunas veces	40	31,7	31,7	40,5
	Usualmente	20	15,9	15,9	56,3
	Siempre	55	43,7	43,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

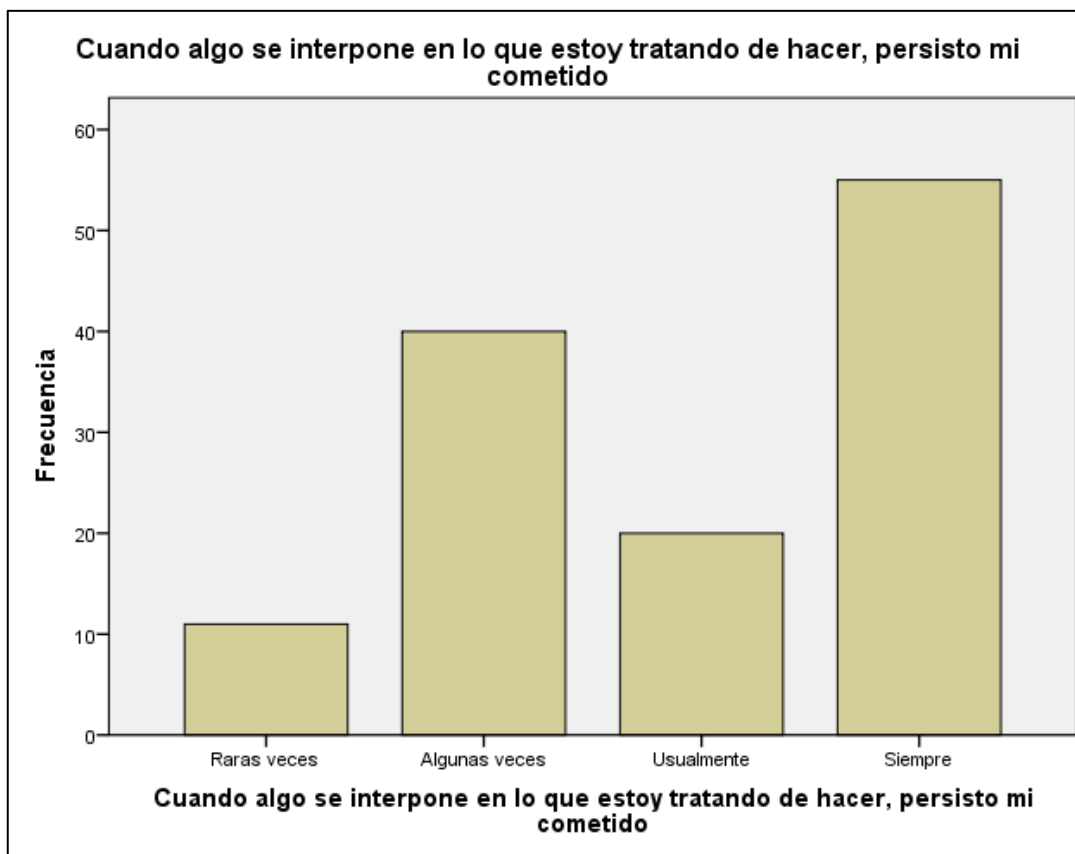


Figura 37 Persistencia.

En la tabla 40 y figura 37 De las respuestas se determina que un 43.7% tiene “siempre” una actitud persistente siendo relevante y un 15.9% que “usualmente” lo haría en suma estas dos respuestas alcanzan un 59.6% a diferencia de los que “algunas veces” lo haría con un 31.7% y un 8.7% que “rara vez lo haría” siendo estos la minoría.

**Tabla 41** Si es necesario no me importa hacer el trabajo de otros, para cumplir con la entrega a tiempo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	6	4,8	4,8	4,8
	Algunas veces	38	30,2	30,2	34,9
	Usualmente	37	29,4	29,4	64,3
	Siempre	45	35,7	35,7	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



Figura 38 Hacer el trabajo de Otros

En la tabla 41 y figura 38 de las respuestas se determina que un 35.7 % tiene “siempre” una actitud de hacer el trabajo de otros para cumplir con la entrega, un 30.2 % “algunas veces” lo haría y un 29.4 % “usualmente” también lo harían y un 4.8 % “rara vez lo haría” siendo estos la minoría.

**Tabla 42** Me molesta cuando pierdo tiempo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	8,7	8,7	8,7
Raras veces	6	4,8	4,8	13,5
Algunas veces	29	23,0	23,0	36,5
Usualmente	51	40,5	40,5	77,0
Siempre	29	23,0	23,0	100,0
Total	126	100,0	100,0	

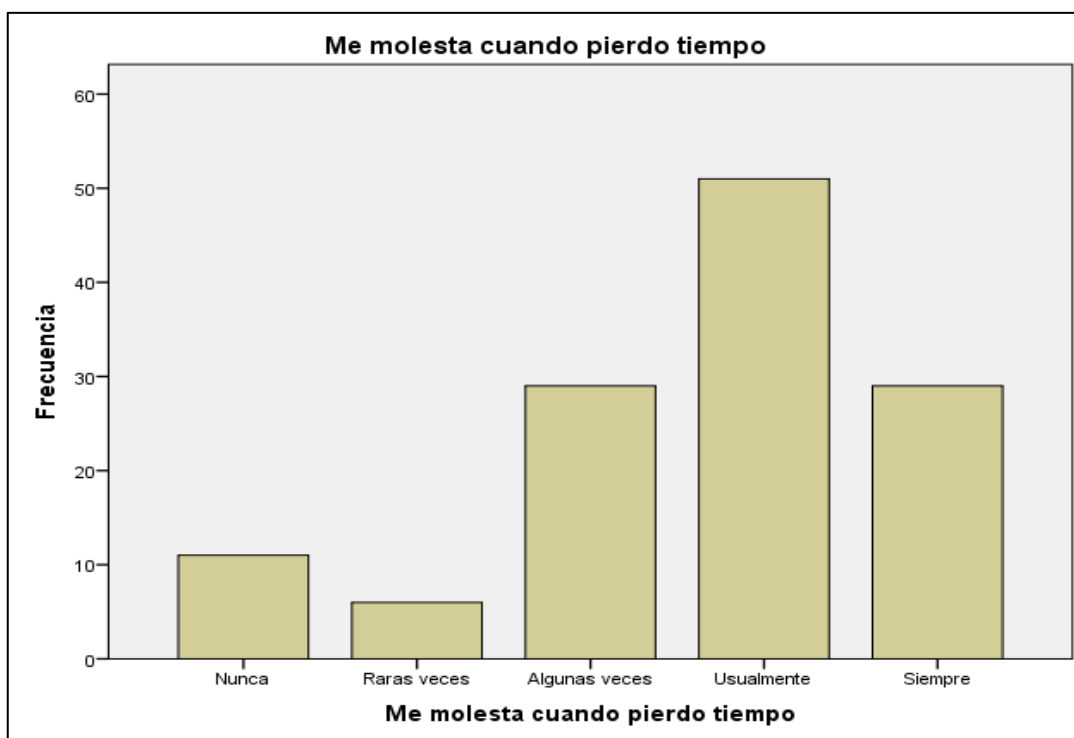


Figura 39 Molestia por pérdida de tiempo

En la tabla 42 y figura 39 de las respuestas se puede indicar que un 23% “siempre” se molesta al perder tiempo y “usualmente” alcanza un 40.5% estas actitudes alcanzan un 63.50% en contraste con “algunas veces” y “raras veces” que indicaron un 23%, 4.8% respectivamente que en suma alcanzan un 27.8%. En conclusión, la gran mayoría de los encuestados valora mucho el tiempo.

**Tabla 43** Tomo en consideración mis posibilidades de éxito o fracaso antes de decidirme a actuar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	11	8,7	8,7	8,7
	Raras veces	10	7,9	7,9	16,7
	Algunas veces	28	22,2	22,2	38,9
	Usualmente	41	32,5	32,5	71,4
	Siempre	36	28,6	28,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

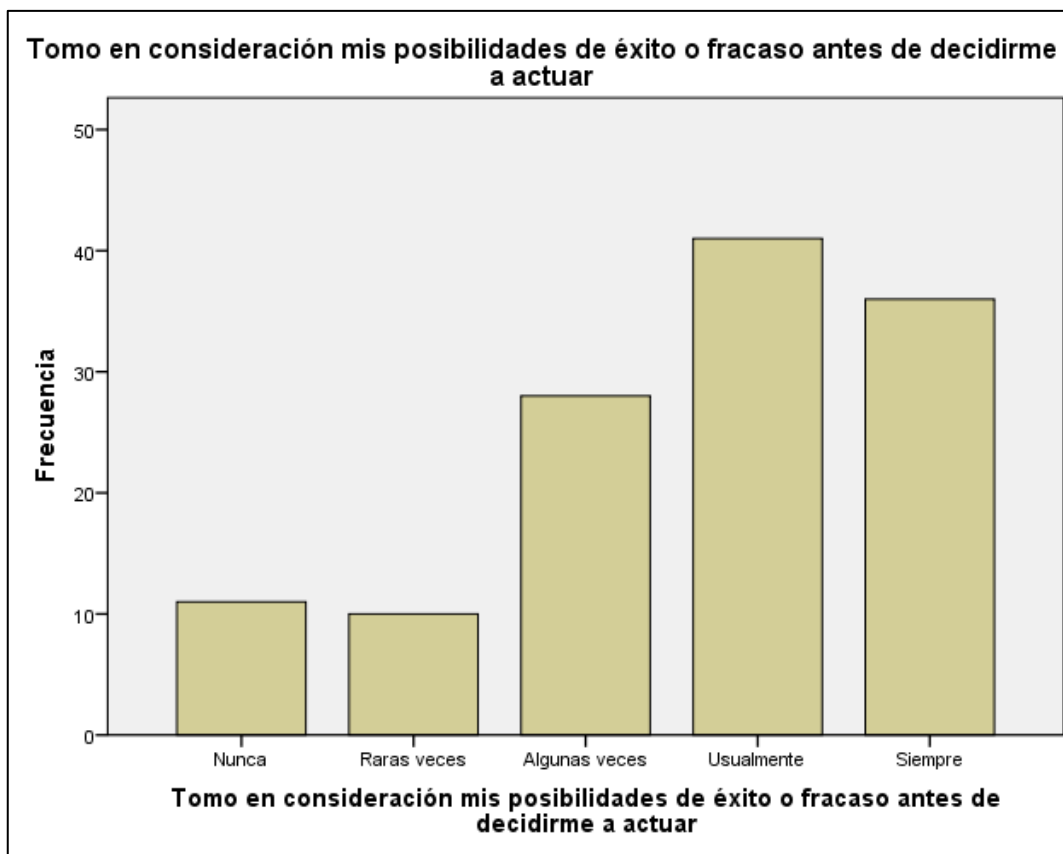


Figura 40 Posibilidades de éxito o fracaso

En la tabla 43 y figura 40 Los cuadros indican que un 28.6% “siempre” toma consideración de éxito y fracaso antes de actuar y “usualmente” alcanza un 32.5% estas actitudes alcanzan un 61.10%. Un 22.2% respondió “algunas veces” y “raras veces”, “nunca” respondieron un 7.9%, 8.7% respectivamente que en suma alcanzan un 16.6%. En conclusión, la gran mayoría de estudiantes son cautelosos antes de actuar.

**Tabla 44** Mientras más específicas sean mis expectativas de lo que quiero lograr en la vida, mayores serán mis posibilidades de éxito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Nunca	5	4,0	4,0
	Raras veces	8	6,3	10,3
	Algunas veces	17	13,5	23,8
	Usualmente	53	42,1	65,9
	Siempre	43	34,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0



Figura 41 Expectativas- Posibilidades de éxito

En la tabla 44 y figura 41 Los cuadros indican que un 34.1% “siempre” se focaliza y “usualmente representa un 42.1% ambas respuestas suman un 76.20% lo que significa que la mayoría de los encuestados considera la focalización como estrategia básica para el éxito.

**Tabla 45** Tomo acción sin perder tiempo buscando información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	18	14,3	14,3	14,3
	Algunas veces	20	15,9	15,9	30,2
	Usualmente	56	44,4	44,4	74,6
	Siempre	32	25,4	25,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

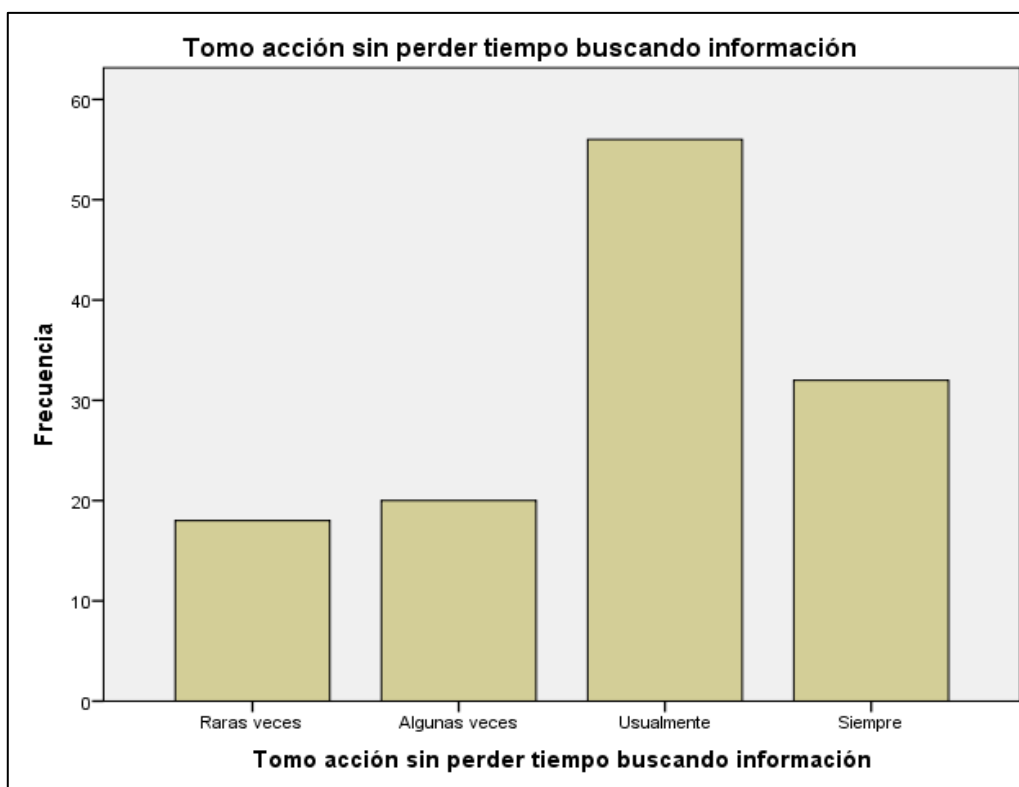


Figura 42 Tomar acciones sin información

En la tabla 45 y figura 42 De las respuestas se determina que los que respondieron “siempre” y “usualmente” representan un 69.8% que consideran que toman acción sin tener información adecuada lo cual es negativo, consecuentemente de debe trabajar en este aspecto y un 14.3% si considera básico tener información para decidir mejor.

**Tabla 46** Trato de tomar en cuenta todos los problemas que puedan presentarse y anticipo lo que haría si se suscitan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	4	3,2	3,2	3,2
	Algunas veces	54	42,9	42,9	46,0
	Usualmente	42	33,3	33,3	79,4
	Siempre	26	20,6	20,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

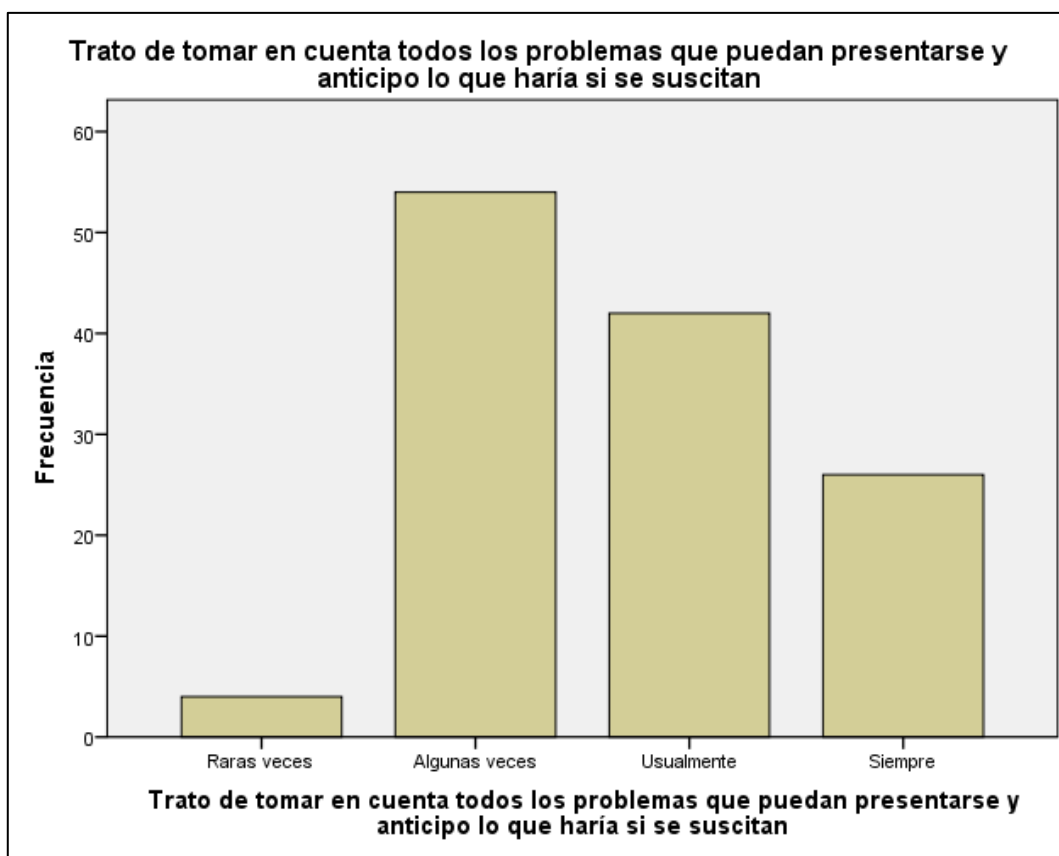


Figura 43 Anticiparse a los problemas

En la tabla 46 y figura 43 de las respuestas se determina que los que respondieron “siempre” y “usualmente” representan un 53.9.8% que consideran que prevén problemas futuros y un significativo 42.9% “algunas veces” esta respuesta demuestra que no siempre lo hacen siendo una actitud irresponsable y finalmente un 3.2% “rara vez” lo haría.

**Tabla 47** He sufrido fracasos en el pasado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	10	7,9	7,9	7,9
	Raras veces	35	27,8	27,8	35,7
	Algunas veces	42	33,3	33,3	69,0
	Usualmente	22	17,5	17,5	86,5
	Siempre	17	13,5	13,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



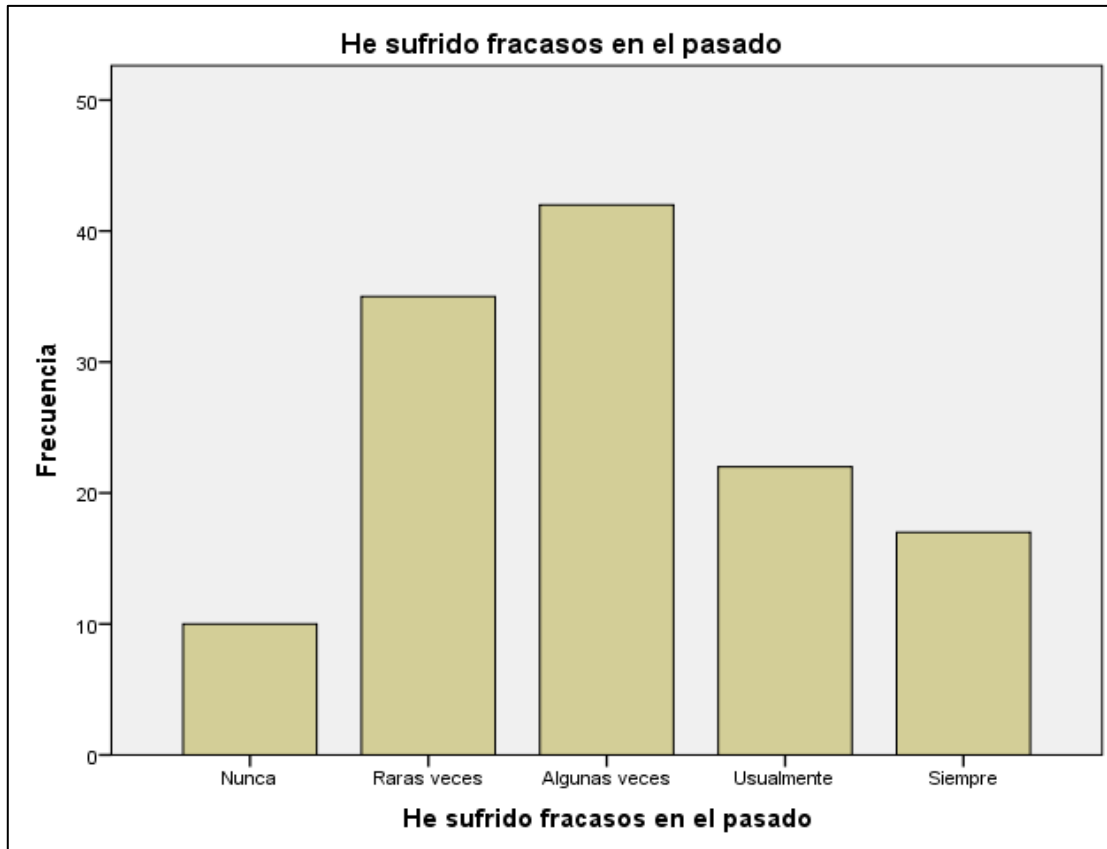


Figura 44. Fracasos en el pasado

En la tabla 47 y figura 44 en este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “algunas veces” con 33,3% y la de menor voto es de “nunca” con 7,9%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas ha sufrido algún fracaso en el pasado y un dato que llama la atención es el 13,5% que respondió que “siempre” ha sufrido fracasos.

**Tabla 48** Prefiero desempeñar tareas que domino a la perfección y en los que me siento seguro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	4,0	4,0	4,0
Raras veces	17	13,5	13,5	17,5
Algunas veces	22	17,5	17,5	34,9
Usualmente	44	34,9	34,9	69,8
Siempre	38	30,2	30,2	100,0
Total	126	100,0	100,0	



Figura 44. Preferencia por tareas que domino

En la tabla 48 y figura 45 en este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 34,9% que sumado a los que respondieron “siempre” 30.2% acumulan un 65.1% y la de menor voto es de “raras veces” con 4,0%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas prefiere hacer tareas que conoce y evita la incertidumbre.

**Tabla 49** Cuando me enfrente a serias dificultades, rápidamente me desplazo a otras actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	4,8	4,8	4,8
	Raras veces	30	23,8	23,8	28,6
	Algunas veces	30	23,8	23,8	52,4
	Usualmente	26	20,6	20,6	73,0
	Siempre	34	27,0	27,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

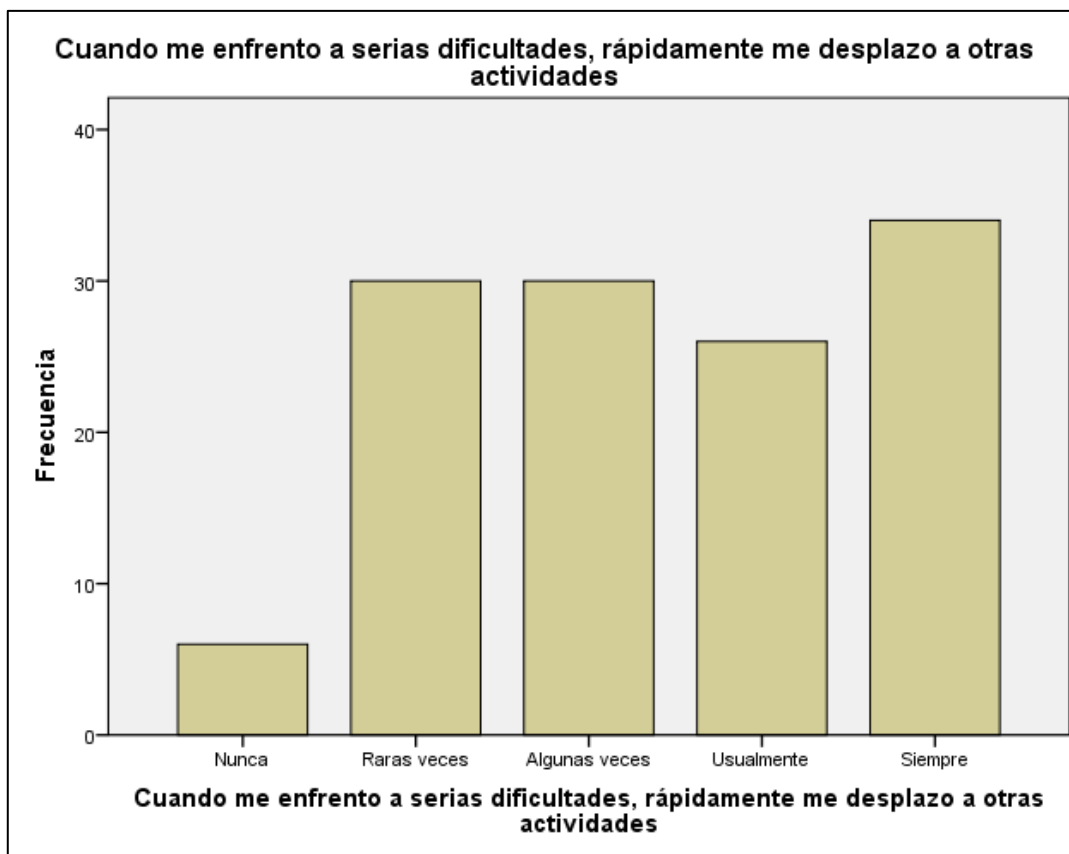


Figura 45 Desplazo a otras actividades

#### 4.1.1.5 Dimensión condiciones laborales

En la tabla 49 y figura 46 de las respuestas se puede deducir que un 27 % eligió la respuesta “siempre” y un 20.6 “usualmente” que en suma alcanzan un 47.6%. En el término medio un 23.8% indico “algunas veces” y un expectante 23.8% respondió “raras veces” y un 4.8% que nunca cambiara por otra actividad.

**Tabla 50** Cuando estoy haciendo un trabajo para otras personas, me esfuerzo en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	8,7	8,7	8,7
Raras veces	5	4,0	4,0	12,7
Algunas veces	34	27,0	27,0	39,7
Usualmente	44	34,9	34,9	74,6
Siempre	32	25,4	25,4	100,0
Total	126	100,0	100,0	

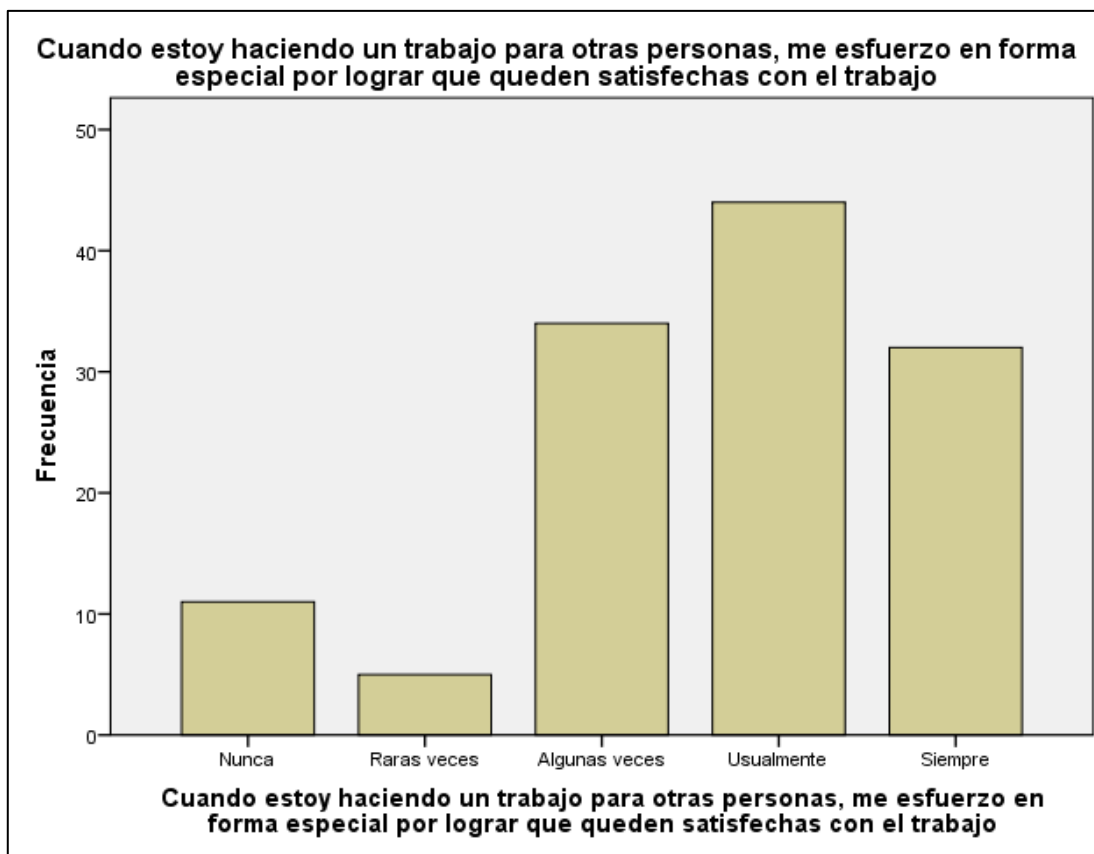
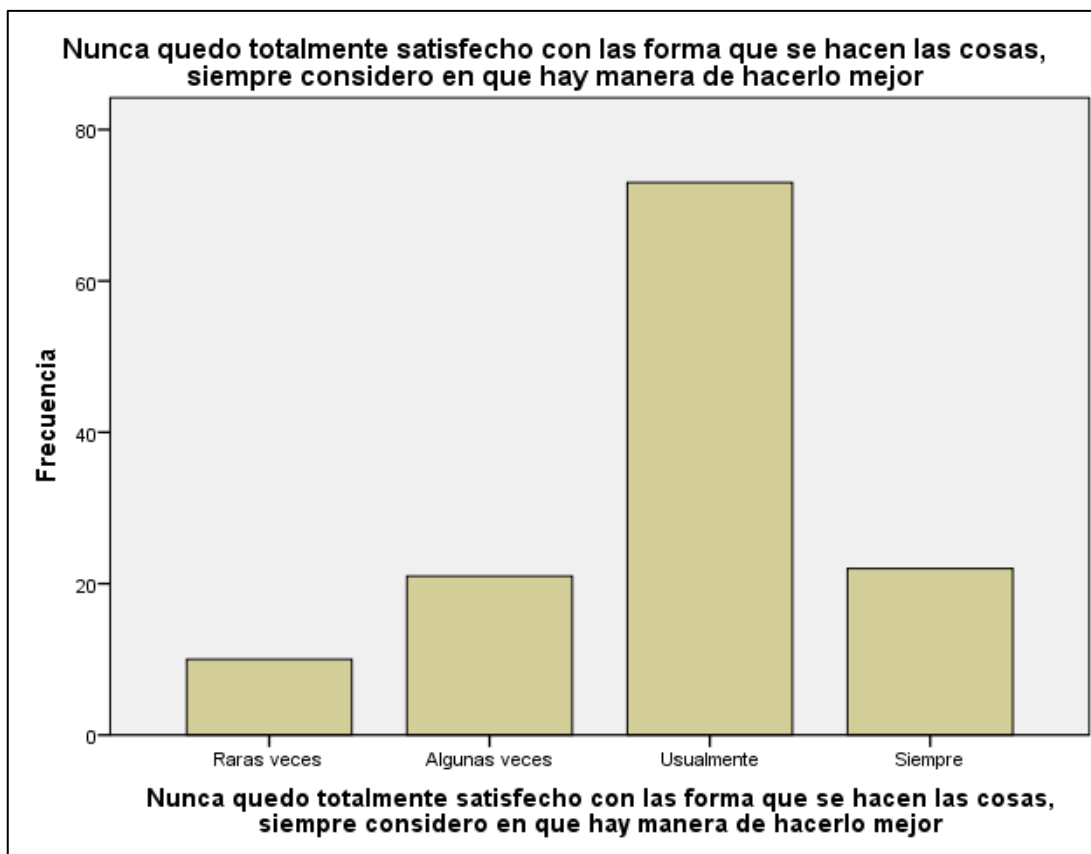


Figura 46 trabajo para otras personas, me esfuerzo en forma especial

En la tabla 50 y figura 47 de los cuadros se puede determinar que el 34.9% indicó “usualmente”, un 25.4% respondió “siempre” ambas respuestas positivas suman un 60.3% que buscan satisfacer a través de su trabajo y un 27% respondió “algunas veces” lo cual demuestra su falta de compromiso y un “raras veces”, “nunca” con un 4.0%, 8.7 respectivamente que son indiferentes.

**Tabla 51** Nunca quedo totalmente satisfecho con las formas que se hacen las cosas, siempre considero en que hay manera de hacerlo mejor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	10	7,9	7,9	7,9
	Algunas veces	21	16,7	16,7	24,6
	Usualmente	73	57,9	57,9	82,5
	Siempre	22	17,5	17,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



*Figura 47 Nunca quedo totalmente satisfecho con las formas que se hacen las cosas*

En la tabla 51 y figura 48 de los cuadros se puede determinar que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 57,9% y la de menor voto es de “raras veces” con 7,9%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas cree que siempre hay una manera de mejorar las cosas.

**Tabla 52** Llevo a cabo tareas arriesgadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	13	10,3	10,3	10,3
	Algunas veces	43	34,1	34,1	44,4
	Usualmente	44	34,9	34,9	79,4
	Siempre	26	20,6	20,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

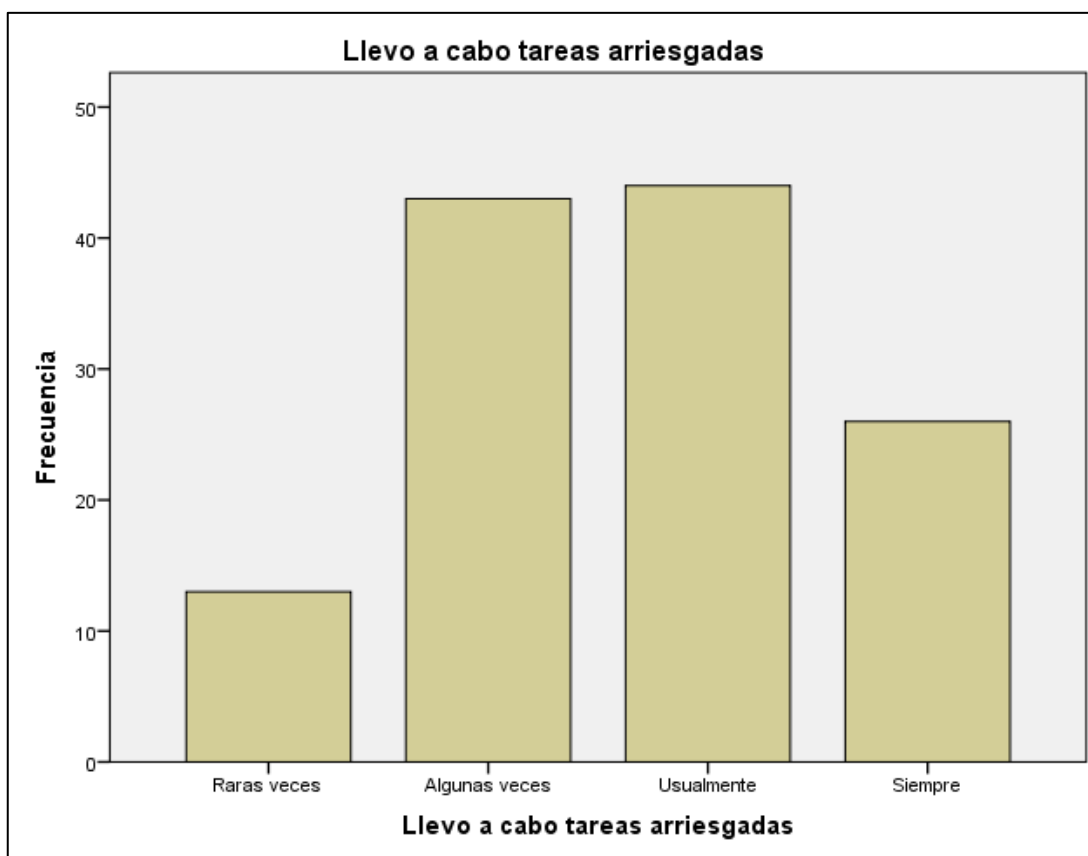


Figura 48 Llevo a cabo tareas arriesgadas

En la tabla 52 y figura 49 de los cuadros podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 34,9%, un 34.1% “algunas veces” y la de menor voto es de “raras veces” con 10,3%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas prefiere arriesgarse a cosas nuevas y un 20.6% indico “siempre” está dispuesto a correr riesgos.

**Tabla 53** Cuento con un plan claro en mi vida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	4,8	4,8	4,8
	Raras veces	16	12,7	12,7	17,5
	Algunas veces	9	7,1	7,1	24,6
	Usualmente	49	38,9	38,9	63,5
	Siempre	46	36,5	36,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

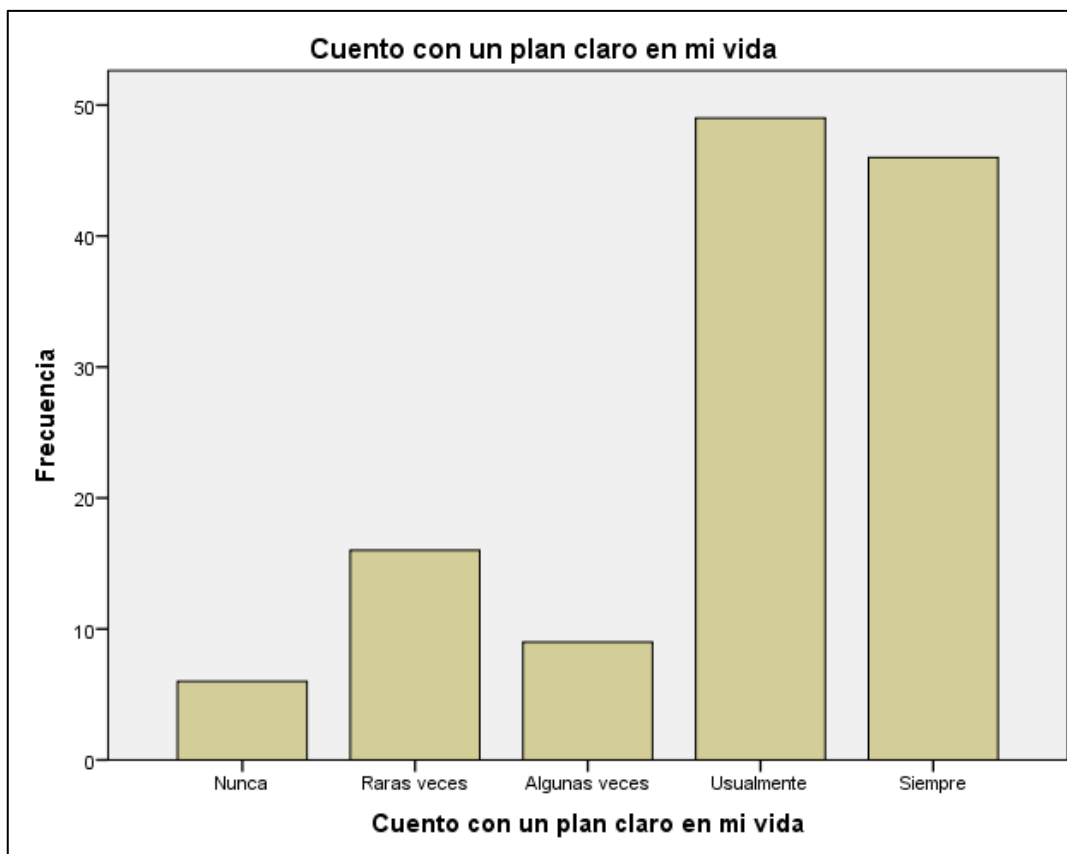
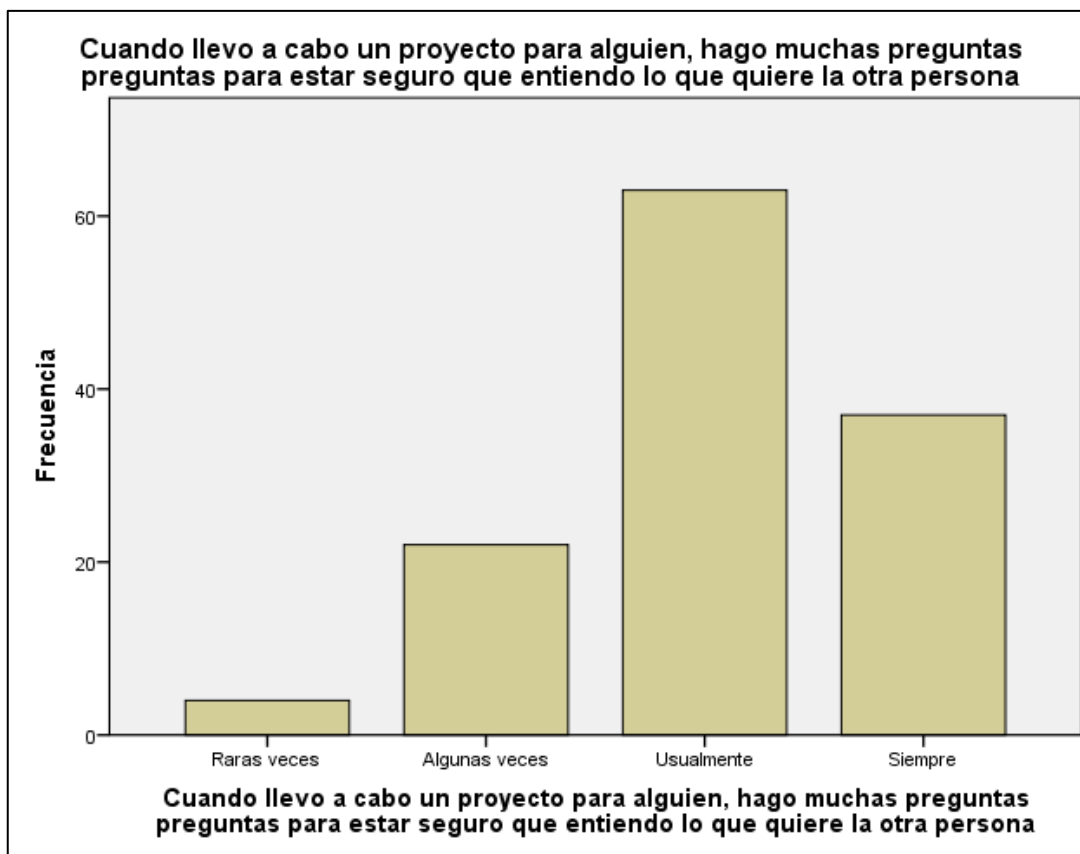


Figura 49 . Cuento con un plan claro en mi vida

En la tabla 53 y figura 50 de las respuestas de los encuestados de puede determinar que “usualmente” lo harían con un 38.9%, un 36.5 “siempre” tiene un plan, ambas respuestas suman un 75.4% y un 4.8% “nunca” lo cual demuestra que la mayoría de las encuestas considera importante un Plan de Vida.

**Tabla 54** Cuando llevo a cabo un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro de que entiendo lo que quiere la otra persona

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	4	3,2	3,2	3,2
	Algunas veces	22	17,5	17,5	20,6
	Usualmente	63	50,0	50,0	70,6
	Siempre	37	29,4	29,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



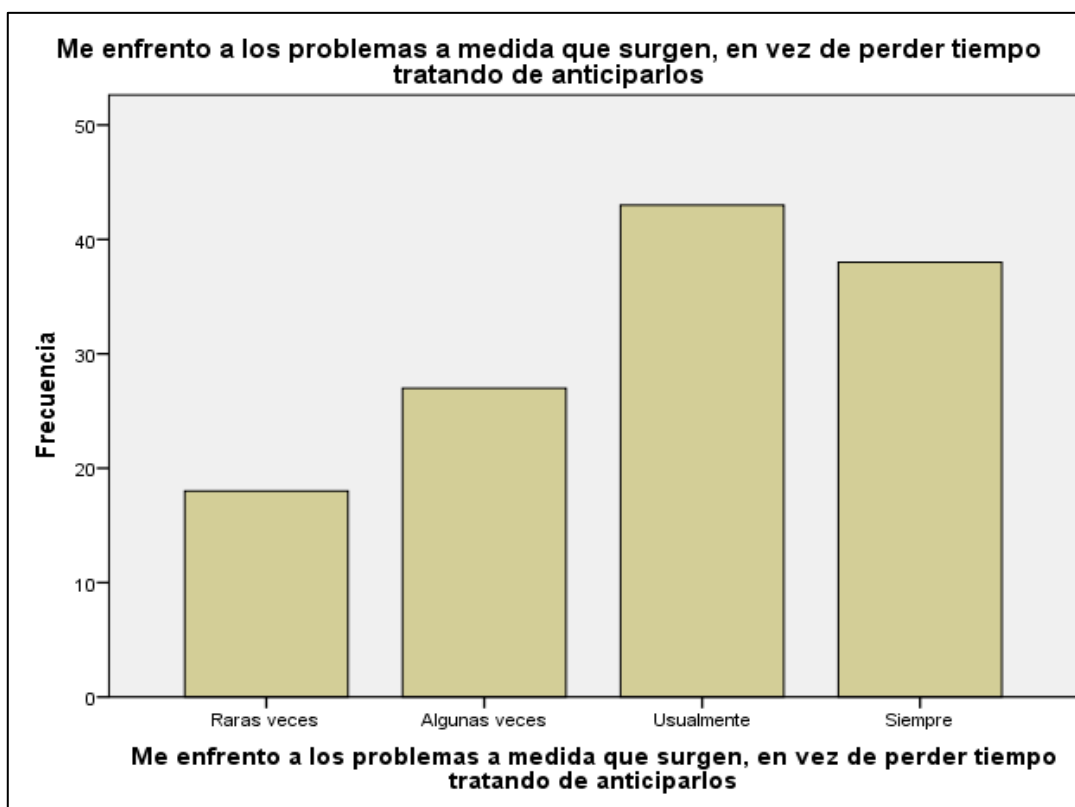
*Figura 50 Realizar un proyecto para alguien, hago muchas preguntas para estar seguro*

En la tabla 54 y figura 51 En este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 50,0 % y la de menor voto es de “raras veces” con 3,2%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas prefiere hacer preguntas para estar seguro de lo que hará.

**Tabla 55** Me enfrento a los problemas a medida que surgen, en vez de perder tiempo tratando de anticiparlos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	18	14,3	14,3	14,3
	Algunas veces	27	21,4	21,4	35,7
	Usualmente	43	34,1	34,1	69,8
	Siempre	38	30,2	30,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	





*Figura 51 Enfrentar los problemas a medida que surgen, en vez de anticiparlos*

En la tabla 55 y figura 52 de los cuadros podemos concluir que un 34.1% respondió “usualmente” y “siempre” un 30.2% en contraste al 14.3% que respondió “raras veces” lo que demuestra que la mayoría de los estudiantes enfrenta los problemas e el momento que se den.

**Tabla 56** A fin de alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todas las personas involucradas en un problema

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	4,8	4,8	4,8
	Raras veces	8	6,3	6,3	11,1
	Algunas veces	27	21,4	21,4	32,5
	Usualmente	47	37,3	37,3	69,8
	Siempre	38	30,2	30,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

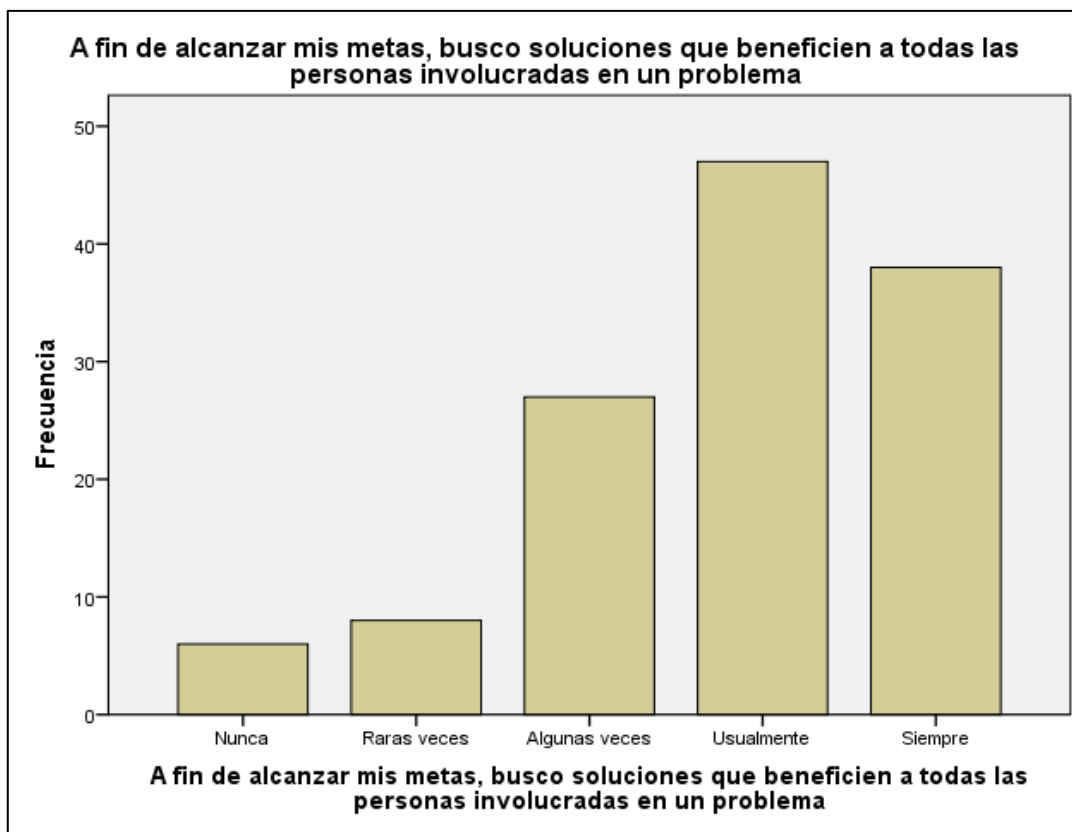


Figura 52 Para alcanzar mis metas, busco soluciones que beneficien a todos los involucrados en el problema

En la tabla 56 y figura 53 De los cuadros de determina que un 37.3% “usualmente” tomaría esa decisión, un 30.2% “siempre” lo haría que sumado ambas respuestas sería un 67.50% lo que demuestra el grado de empatía de los estudiantes. En contraste con un 4.8% que “nunca” tomaría esa actitud.

**Tabla 57** Mi familia y mi vida personal son más importantes para mí que las fechas de entrega de trabajo, que yo mismo defino

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	11	8,7	8,7	8,7
	Raras veces	24	19,0	19,0	27,8
	Algunas veces	20	15,9	15,9	43,7
	Usualmente	40	31,7	31,7	75,4
	Siempre	31	24,6	24,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

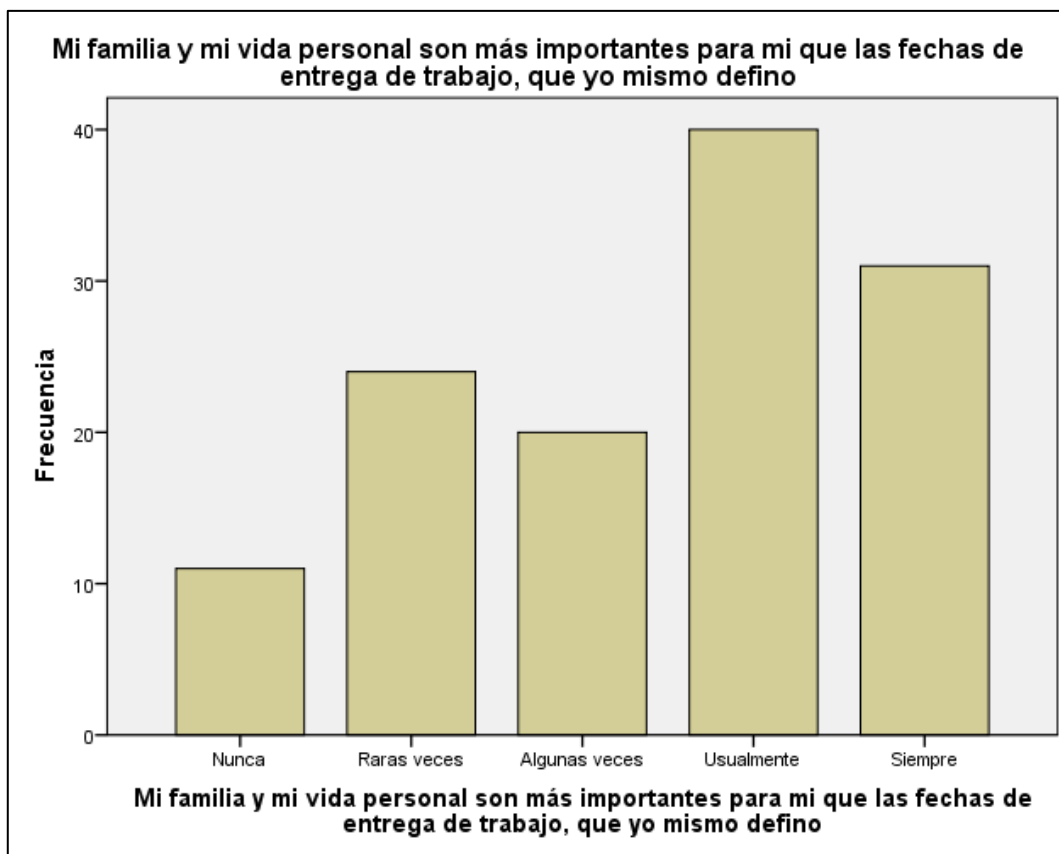


Figura 53 entrega de trabajo

En la tabla 57 y figura 54 de los cuadros de determina que un 31.7% “usualmente” tomaría esa decisión, un 24.6% “siempre” lo que se demuestra que un 56.3% considera a la familia y su bienestar muy importante a diferencia al 19% que “rara vez” tomaría esa actitud.

**Tabla 58** Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	8	6,3	6,3	6,3
	Algunas veces	45	35,7	35,7	42,1
	Usualmente	45	35,7	35,7	77,8
	Siempre	28	22,2	22,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

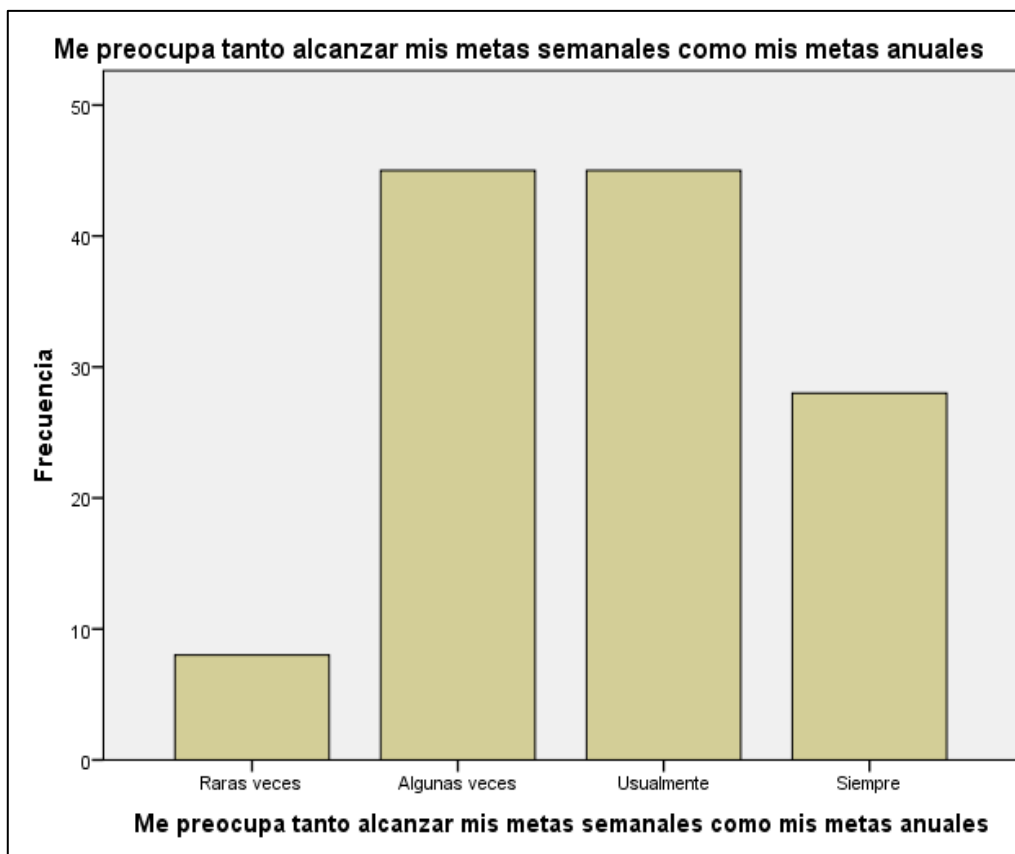


Figura 54 Metas semanales

En la tabla 58 y figura 55 de los cuadros de determina que un 35.7% “usualmente” tomaría esa decisión, un 22.2% “siempre” lo que se demuestra que un 57.9% se focaliza en sus objetivos y metas. En contraste con un 6.3% que “raras veces” se preocuparía por sus metas.

**Tabla 59** Me valgo de varias fuentes de información al buscar ayuda para llevar a cabo tareas o proyectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	2	1,6	1,6	1,6
	Algunas veces	37	29,4	29,4	31,0
	Usualmente	45	35,7	35,7	66,7
	Siempre	42	33,3	33,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

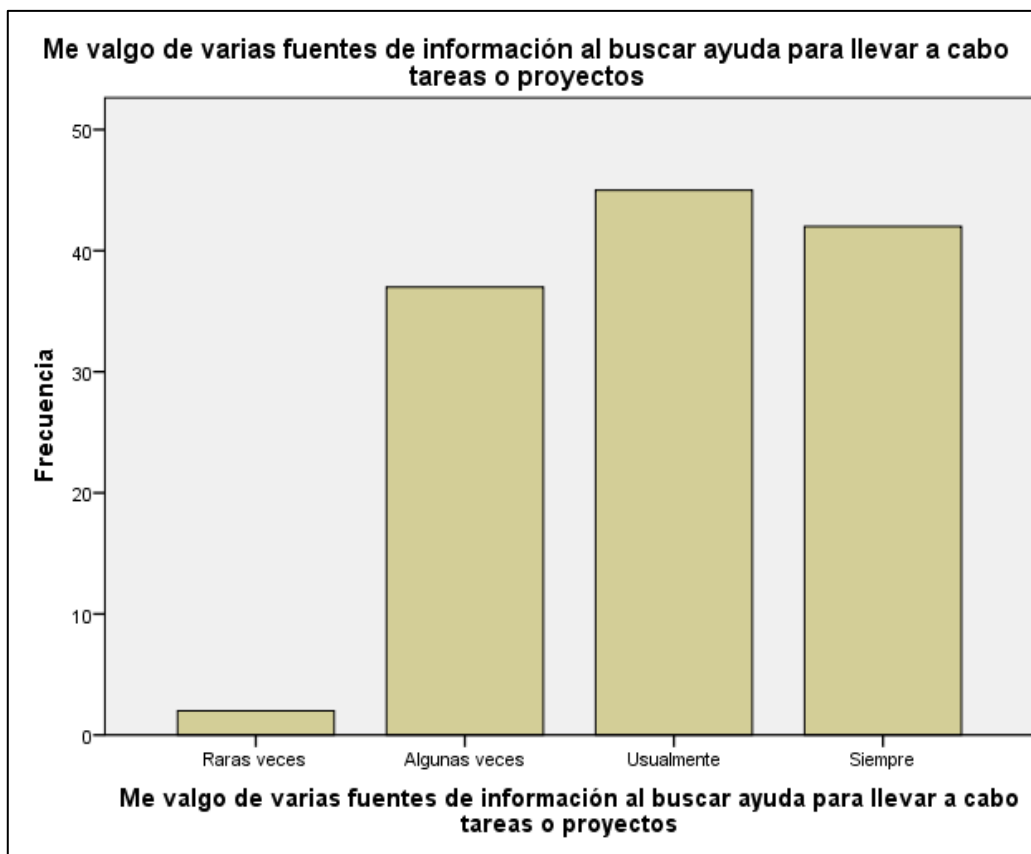
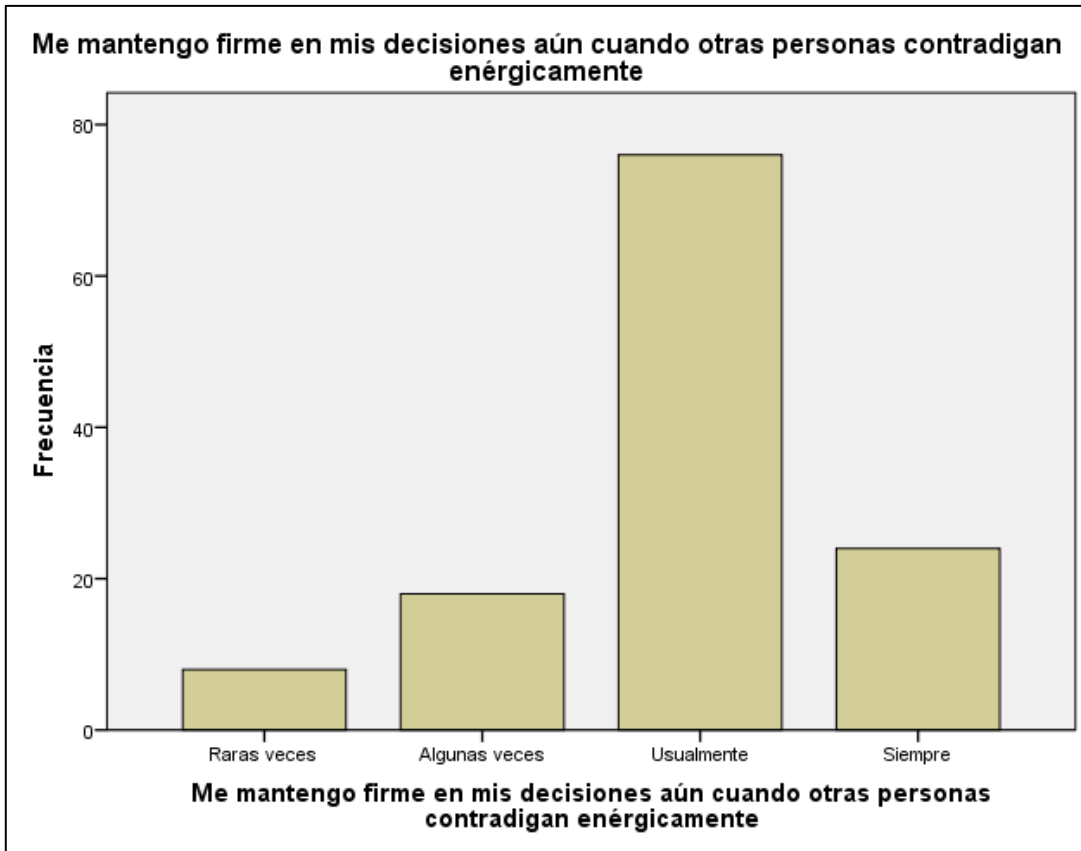


Figura 55 Tareas o proyectos

En la tabla 59 y figura 56 de los cuadros muestran a un 35.7% “usualmente” tomaría esa decisión, un 33.3% “siempre” lo haría y con un 29.4% “algunas veces” y un cuestionable 1.6% “raras veces” buscaría información confiable.

**Tabla 60** Me mantengo firme en mis decisiones aun cuando otras personas contradigan enérgicamente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Raras veces	8	6,3	6,3	6,3
	Algunas veces	18	14,3	14,3	20,6
	Usualmente	76	60,3	60,3	81,0
	Siempre	24	19,0	19,0	100,0
	Total	126	100,0	100,0	



*Figura 56 Firme en mis decisiones*

En la tabla 60 y figura 57 de los cuadros muestran a un 60.3% “usualmente” tomaría esa decisión, un 19% “siempre” lo haría lo que demuestra que la mayoría de los estudiantes tiene seguridad en sus decisiones y un 14.3% “algunas veces” y un 6.3% “raras veces” mantendría su posición.

## 4.2. Contrastación de Hipótesis

### 4.2.1. Hipótesis General

Existe relación entre la situación del emprendimiento y el perfil del emprendedor en alumnos de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua 2019.

**Tabla 61 Hipótesis General**

		Situación del Emprendimiento	Perfil Emprendedor
Situación del emprendimiento	Correlación de Pearson	1	0,018
	Sig. (bilateral)		0,848
	N	121	121
Perfil Emprendedor	Correlación de Pearson	0,018	1
	Sig. (bilateral)	0,848	
	N	121	121

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

- **Hipótesis Nula:** No existe relación entre la situación del emprendimiento y el perfil del emprendedor en alumnos de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua.
- **Hipótesis Alternativa:** Existe relación entre la situación del emprendimiento y el perfil del emprendedor en alumnos de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua.

Según la tabla muestra un valor sig. De 0,018, lo cual es menor al 0,05 o 5% de error, consecuentemente la hipótesis nula queda rechazada y la hipótesis alterna queda confirmada, es decir que:

Existe relación entre la situación del emprendimiento y el perfil del emprendedor en alumnos de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua.

En efecto, dicha relación es en un 84,8%, lo cual muestra que existe una alta correlación entre la situación del emprendimiento y el perfil del emprendedor en alumnos

**Tabla 62** Grado de relación según el coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0,91 a -1,00	Correlación negativa perfecta
-0,76 a -0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable
-0,11 a -0,50	Correlación negativa media
-0,01 a -0,10	Correlación negativa débil
00000	No existe correlación
+0,01 a +0,10	Correlación positiva débil
+0,11 a +0,50	Correlación positiva media
+0,51 a +0,75	Correlación considerable
+0,76 a +0,90	Correlación positiva muy fuerte
+0,91 a +1,00	Correlación positiva perfecta

*Fuente; Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998.*

*Regla de Decisiones:* Se, comparó el valor p calculado con el valor p teórico de Cuadro = 0,05. Si  $p \geq 0,05$ , aceptamos  $H_0$ . Si, el  $p < 0.05$ , aceptamos  $H_a$ .

*Estadística de Prueba de Hipótesis:* Encontramos a través del Rho de Spearman la clase de relación entre las variables y/o dimensión



### 4.3 Discusión

De los estudios referidos en los antecedentes extraeremos sus conclusiones que nos permitan contrastar con la presente investigación. Por citar : Gallegos (2014) en su estudio: El emprendimiento en estudiantes de la institución educativa Manuel Quinteros Penilla, en Colombia, tuvo como objetivo: Develar los sentidos fenomenológicos del emprendimiento a través de la narrativa, describir las estructuras de emprendimiento e interpretar la ley y proponer nuevos sentidos y líneas teóricas a futuro; el autor concluye: **El fortalecimiento a las competencias básicas que resulten indispensables no solo para el emprendimiento sino para el buen desempeño de los estudiantes en todas las asignaturas brindando una visión más general de las capacidades emprendedoras.** Vidal (2012) tesis titulada: Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas, en la Universidad Politécnica de Cartagena, Colombia. Tuvo como objetivo: Promover la cultura y espíritu emprendedor en jóvenes españoles. De tipo descriptivo, y diseño no experimental y transversal, concluyó: **Existe una promoción de una cultura y espíritu emprendedor donde se fortalezca la educación en emprendimiento, donde las personas desarrollen actitudes positivas hacia la iniciativa emprendedora desde las instituciones educativas.** Smith (2014) realizó la tesis titulada: Actitudes emprendedoras en estudiantes de secundaria del área de la ciudad de México, en la Universidad de Deusto, España. Su objetivo: Describir el nivel de actitudes emprendedoras en estudiantes de secundaria, de tipo descriptivo concluyo: **El aprendizaje experimental resulta eficaz en el desarrollo de la capacidad y actitud emprendedora frente al método tradicional como la clase teórica o conferencista, donde se realizan grandes esfuerzos y seguir la tendencia mundial hacia el desarrollo económico que redunde en el mejoramiento de la calidad de vida de la población.** Sotelo (2016) realizó la tesis titulada: La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MyPES: Caso peruano, en la Universidad Politécnica de Catalunya, España. Tuvo como objetivo, Describir la gestión de procesos como estrategia generadora de ventajas competitivas, llegando a la siguiente conclusión: **La**

**aplicación del modelo de estandarización de procesos productivos como estrategia, generando ventajas competitivas en los enfoques asociativos de la MyPES con una medición de la gestión de procesos que ayude a tener un mejor sector productivo y la satisfacción del cliente.**

**Benavides & Tupayachi** (2015) la tesis que realizó titulada: Emprendimiento y Perfil del Emprendedor en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cuzco, para optar el grado de Licenciada en Administración, en la Universidad Nacional San Antonio Abad del cusco, su objetivo general fue: Describir La situación del emprendimiento e identificar el perfil del emprendedor de los estudiantes de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cuzco, periodo 2014-2015. Llegando a la siguiente conclusión: Concluimos que, en cuanto a la situación actual del emprendimiento en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas, las expectativas laborales de los alumnos están centradas en el campo laboral dependiente representado por un 60%, mientras que el 40% de los estudiantes tiene la expectativa de emprender un negocio propio, esto se explica principalmente, porque en las economías con mayores ingresos per cápita hay más oportunidades de conseguir empleo y, por ende, los emprendimientos tienden a disminuir. Se optimiza el perfil emprendedor de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas mediante la aplicación de un taller de emprendimiento. La Escuela Profesional de Ciencias Administrativas promueve muy poco el emprendimiento, calificado como pasivo por los estudiantes.

La información recopilada en el presente estudio, representado por los alumnos de la escuela Profesional de Ingeniería Comercial filial Ilo de la Universidad José Carlos Mariátegui, resaltaremos que el 58,7% son de género femenino, representando la mayor cifra, en comparación con el 41,3% corresponde al género masculino. La situación laboral se visualiza que un 38,9% no trabaja, un 36,5% tiene un trabajo dependiente y un 24,6 % tiene un trabajo independiente.

De los resultados con relación a la **situación del emprendimiento** un 53,2% describe el emprendimiento como Oportunidad, iniciativa, empresa; siendo este el mayor porcentaje de todos. El 27% describe el emprendimiento como Empresa, riesgo,

iniciativa, publicidad; siendo el porcentaje medio. El 19,8 indica el emprendimiento como Oportunidad, tiempo, gusto, comunicación; representando la menor cifra de todas. El 49,2% califican el emprendimiento como pasivo y 38,1% activo; siendo estos los mayores porcentajes de las encuestas. Mientras que el 12,7% califican el emprendimiento como ausente, representando el menor porcentaje de todos. Asimismo, el 65,1% se ven al egresar de la carrera emprendiendo una idea de negocio, representando esta cantidad el mayor porcentaje. Por otro lado, el menor porcentaje lo representa el 34,9% viéndose al culminar la Carrera en un puesto de trabajo dependiente. Con relación al tiempo aproximado que tomaría para emprender el 49,2% y el 43,7% se tomarán en emprender una idea de negocio al culminar la carrera el laxo de 3 y 1 año respectivamente; siendo estos los mayores porcentajes, mientras que el menor porcentaje es 7,1% que se tomaran en emprender una idea de negocio al egresar de la carrera el tiempo de 5 años. Por otro lado, El 43,7% nunca emprendieron una idea de negocio anteriormente y 42,9% lo hicieron una vez; siendo estos los mayores porcentajes. Mientras que el 13,5% lo realizaron más de dos veces. Se puede apreciar que el 84,1% (106 personas) si tiene una idea de negocio, siendo el porcentaje más alto. Mientras que el 15,9% (20 personas) no tiene una idea de negocio, representando el porcentaje más bajo. Se puede visualizar de los encuestados que el 48,4% (61 personas) actualmente no está emprendiendo un negocio, siendo el porcentaje más alto, en segundo lugar, un 32.5% (41 personas) si lo están haciendo, lo cual se considera un indicador importante y significativo, finalmente un 19% (24 personas) están en proceso. Si sumamos las dos últimas respuestas podemos estimar que un 51 % de los estudiantes encuestados esta con la perspectiva de hacer su propio negocio lo cual es muy relevante. De los resultados, se puede estimar que el 55,6% (70 personas) si sería capaz de arriesgar una idea de negocio, siendo este el mayor porcentaje de todos. El 31,7% (40 personas) tal vez sería capaz de arriesgar una idea de negocio; en comparación con el 12,7% (16 personas) no sería capaz de arriesgar una idea de negocio, siendo este el menor porcentaje de todos. Se puede estimar que el 53.2% (67 personas) se ubicaría en el sector de servicios y un 36.55 % (46 personas) optaría en el sector productivo y un 10.3% (13 personas) en Otros. (Comercio, extractivo, etc.) De los resultados, se puede especificar que un 58.7% (74 personas) si tiene familia con negocio, dato que resulta interesante para el objeto de la presente investigación y un

41.3 % (52 personas) que no tiene familia con negocio. Por otro lado, se puede especificar que un 99.2% (117 personas) opina favorablemente con la realización de un Taller que fortalecería y estimularía las habilidades emprendedoras de los estudiantes en comparación con un mínimo 6.3% (8 personas) que opinan desfavorablemente.

Iniciando en esta parte el análisis del **Perfil del Emprendedor** comenzaremos a citar la dimensión de la **Iniciativa**: Como se observa en los cuadros, respecto a la pregunta en sí se esmeran en buscar cosas que necesiten hacerse, la mayoría de las personas indicó que usualmente si se esmeran con un porcentaje de 70,6% el segundo porcentaje con mayor resultado opinan que siempre lo hacían con un 15,9 %, y un 13,5% opina que algunas veces se esmera en hacer cosas que se necesitan realizarse. De las respuestas se puede deducir que un 27 % eligió la respuesta “siempre” y un 20.6 “usualmente” que en suma alcanzan un 47.6%. En el término medio un 23.8% indico “algunas veces” y un expectante 23.8% respondió “raras veces” y un 4.8% que nunca cambiara por otra actividad. **Persistencia**: según este gráfico, podemos decir que el 54,0 % de personas encuestadas cuando se enfrentan a un problema, usualmente, invierten una gran cantidad de tiempo para resolverlo. Por otro lado, observamos que el 22,2% de los encuestados algunas veces lo hacen; seguido del 14,3 % que raramente lo hacen y un 9,5 % que siempre se da el tiempo de resolver su problema. De la muestra, un 33,3% insisten “alguna vez” para conseguir que otras personas hagan lo que ellos quieran de manera regular. Un 27 % insisten “usualmente” y un 9.5% siempre insiste. Por otro lado, un 15.1% “nunca o rara vez” insiste. Se puede concluir que la persistencia es el común denominador en la mayoría de los encuestados. De las respuestas se determina que un 43.7% tiene “siempre” una actitud persistente siendo relevante y un 15.9% que “usualmente” lo haría en suma estas dos respuestas alcanzan un 59.6% a diferencia de los que “algunas veces” lo haría con un 31.7% y un 8.7% que “rara vez lo haría” siendo estos la minoría. De los cuadros se puede determinar que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 57,9% y la de menor voto es de “raras veces” con 7,9%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas cree que siempre hay una manera de mejorar las cosas. **Responsabilidad**: según las encuestas realizadas, podemos concluir que el 42,1 % de personas encuestadas algunas veces, terminan su trabajo a tiempo. Por otro lado, observamos como los porcentajes van

descendiendo; con un 29,4 % que usualmente lo hacen; un 24,6 % donde siempre lo cumplen y un 4 % que rara vez lo logra. De los resultados un 54% de los encuestados cumplen sus promesas de manera usual. Sólo un 25,4% aseguran cumplir siempre sus promesas, que en sumatoria representarían un 79.4% en comparación con un 16.6% que alguna o rara veces lo hace. De las respuestas se puede determinar el grado de responsabilidad representado por un 35.7% tiene “siempre” una actitud de cumplimiento y “usualmente” alcanza un 29.4% estas actitudes positivas alcanzan un 65.10% en contraste con “algunas veces” y “raras veces” que indicaron un 30.2%, 4.8% respectivamente que en suma alcanzan un 35%. De los cuadros de determina que un 37.3% “usualmente” tomaría esa decisión, un 30.2% “siempre” lo haría que sumado ambas respuestas sería un 67.50% lo que demuestra el grado de empatía de los estudiantes. En contraste con un 4.8% que “nunca” tomaría esa actitud. De los cuadros de determina que un 31.7% “usualmente” tomaría esa decisión, un 24.6% “siempre” lo que se demuestra que un 56.3% considera a la familia y su bienestar muy importante a diferencia al 19% que “rara vez” tomaría esa actitud. **Eficiencia y calidad:** según el grafico, vemos que la mayoría de las personas si se molesta cuando las cosas no salen o se hacen como se espera; el mayor rango es de 44,4 % que usualmente se molestan; de ahí los rangos van disminuyendo con 34,9 %, 18,3% y 2,4 %; donde siempre, algunas veces y rara vez lo hacen. Según el resultado que nos brinda el grafico; el 43,7 %, usualmente y un 29,4 %, algunas veces prefieren tener el control de lo que hacen. El resto de las personas encuestadas; con un 17,5 %, siempre quieren tener el control y el 9,5 % que rara vez prefieren tener el control de las cosas. Es decir que la mayoría de las personas encuestadas si prefieren tener un control sobre las cosas que realizan; y los demás también, pero no lo ven tan necesario. De los cuadros se puede visualizar que en este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 47,6% y la de menor voto es de “raras veces” con 8,7%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas son seguras de sí mismas para desempeñarse en cosas nuevas. De las respuestas se puede deducir que un 27 % eligió la respuesta “siempre” y un 20.6 “usualmente” que en suma alcanzan un 47.6%. En el término medio un 23.8% indico “algunas veces” y un expectante 23.8% respondió “raras veces” y un 4.8% que nunca cambiara por otra actividad. **Riesgos:** sobre, si les gustaba pensar en un futuro ellos indicaron con un porcentaje de 38,1% que usualmente si lo hacían, mientras que otras

personas dijeron que siempre pensaban en el futuro con un 31,7%, y se va reduciendo a algunas veces y raras veces con 25,4% y 4,8% respectivamente. En términos generales la gran mayoría si se preocupa por su futuro representando un 95.2%. De las respuestas se determina que los que respondieron “siempre” y “usualmente” representan un 69.8% que consideran que toman acción sin tener información adecuada lo cual es negativo, consecuentemente de debe trabajar en este aspecto y un 14.3% si considera básico tener información para decidir mejor. De los cuadros podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 34,9%, un 34.1% “algunas veces” y la de menor voto es de “raras veces” con 10,3%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas prefiere arriesgarse a cosas nuevas y un 20.6% indico “siempre” está dispuesto a correr riesgos. **Objetivos y metas:** de las respuestas se visualiza que un 42.9% “usualmente” (habitualmente) tiene esta reacción y un 35.7% “siempre” que sumando estos dos primeros resultados alcanzaría un 78.6%, lo cual se puede indicar que la mayoría de los estudiantes tienen una actitud favorable los desafíos y oportunidades en contraste de un 16.7% y 4.8% que indican “algunas veces” o “nunca” respectivamente. De los cuadros de determina que un 35.7% “usualmente” tomaría esa decisión, un 22.2% “siempre” lo que se demuestra que un 57.9% se focaliza en sus objetivos y metas. En contraste con un 6.3% que “raras veces” se preocuparía por sus metas. **Búsqueda de información:** en esta encuesta podemos observar que un 58.7% de las personas encuestadas recaudan información antes de empezar con la tarea o proyecto; en segundo lugar, tenemos a las personas que siempre recaudan la información en un 22.2%; (lo ideal); seguidamente con 11.9% tenemos a las personas que algunas veces recaudan la información; y por último con un 7.1% a las personas que raras veces realizan este proceso. En este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 50,0 % y la de menor voto es de “raras veces” con 3,2%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas prefiere hacer preguntas para estar seguro de lo que hará. De los cuadros muestran a un 35.7% “usualmente” tomaría esa decisión, un 33.3% “siempre” lo haría y con un 29.4% “algunas veces” y un cuestionable 1.6% “raras veces” buscaría información confiable. **Planificación:** con relación a la planificación, respecto al cuadro anterior, se puede concluir que, con un porcentaje de 44,4%, las personas entrevistadas lo hacen algunas veces y se va reduciendo a usualmente, siempre y raras veces con 33,3%, 10,3% y

11,9% respectivamente. Es preciso indicar que solo el 10.3% de los encuestados siempre planifica, dato relevante. La mayoría de los encuestados se preocupan por los efectos que pueden ocasionarles su toma de decisiones, siendo un porcentaje de 52,4% que marcaron “usualmente” y un 30,2% que marcaron “siempre” que en suma representan un 82,6% un porcentaje significativo con relación a aquellos encuestados que algunas veces o rara vez lo harían que representan un 16.4% del porcentaje total. Los cuadros indican que un 28.6% “siempre” toma consideración de éxito y fracaso antes de actuar y “usualmente” alcanza un 32.5% estas actitudes alcanzan un 61.10%. Un 22.2% respondió “algunas veces” y “raras veces”, “nunca” respondieron un 7.9%, 8.7% respectivamente que en suma alcanzan un 16.6%. En conclusión, la gran mayoría de estudiantes son cautelosos antes de actuar. Los cuadros indican que un 34.1% “siempre” se focaliza y “usualmente” representa un 42.1% ambas respuestas suman un 76.20% lo que significa que la mayoría de los encuestados considera la focalización como estrategia básica para el éxito. De las respuestas se determina que los que respondieron “siempre” y “usualmente” representan un 53.9.8% que consideran que prevén problemas futuros y un significativo 42.9% “algunas veces” esta respuesta demuestra que no siempre lo hacen siendo una actitud irresponsable y finalmente un 3.2% “rara vez” lo haría. En este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “usualmente” con 34,9% que sumado a los que respondieron “siempre” 30.2% acumulan un 65.1% y la de menor voto es de “raras veces” con 4,0%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas prefiere hacer tareas que conoce y evita la incertidumbre. De las respuestas de los encuestados se puede determinar que “usualmente” lo harían con un 38.9%, un 36.5 “siempre” tiene un plan, ambas respuestas suman un 75.4% y un 4.8% “nunca” lo cual demuestra que la mayoría de las encuestas considera importante un Plan de Vida. **Redes de apoyo:** La mayoría de los encuestados buscan siempre consejos de especialistas, siendo un porcentaje del 46%, y aquellos que marcaron “usualmente” son un 33,3%. En resumen, casi todos buscan asesoría que sumados representan un 79.3%. Por otro lado, el 7.2% representa el acumulado que opina que nunca o rara vez lo haría. **Autoconfianza:** según el cuadro, el lograr que apoyen las recomendaciones pasa un 53,2%, usualmente lo hace, el 27.8% lo hace algunas veces y un 15.1% logra que siempre apoyen sus recomendaciones y finalmente con un 4%. Raras veces lo hace. En conclusión, los entrevistados logran en

su mayoría que otros apoyen sus recomendaciones. De la muestra de 126, se puede afirmar que el 50,8% de los encuestados siempre escuchan con atención a los demás. Representando más del 50% y un contradictorio 7.9% que raras veces lo hace. En términos generales la mayoría escucha a su interlocutor. De los cuadros, destacan los que marcaron “usualmente”, representando un 48,4% de los encuestados y un 35.7% siempre hacen lo que tienen que hacer sin necesidad de control y un 15.9% necesita de una supervisión. Un 52,4% de la muestra asegura rendir mejor en el trabajo de manera usual, un 23.8% indica que siempre lo hace mejor, el 22.2% responde que algunas veces lo hace y un 1.6% Rara vez lo hace. Esto determina que la mayoría califica su rendimiento como mejor en relación a otros compañeros representado por un 76.2% del 100%. De las respuestas se pueden apreciar que un 39,7% usualmente lo haría y un 34,9 % algunas veces lo haría que sumados ambas respuestas representarían un 74,67 lo cual demuestra que los estudiantes si estarían dispuestos a cambiar su percepción y un llamativo 11.1% que nunca lo haría eso quiere decir que mantendría firmeza en su posición y un 9% que siempre lo hace esto, se pueden entender que la influencia del entorno al que se encuentra es gravitante. De las respuestas se puede indicar que un 23% “siempre” se molesta al perder tiempo y “usualmente” alcanza un 40.5% estas actitudes alcanzan un 63.50% en contraste con “algunas veces” y “raras veces” que indicaron un 23%, 4.8% respectivamente que en suma alcanzan un 27.8%. En conclusión, la gran mayoría de los encuestados valora mucho el tiempo. En este caso podemos ver que la respuesta con más votos es de “algunas veces” con 33,3% y la de menor voto es de “nunca” con 7,9%. Lo que quiere decir que la mayoría de las personas ha sufrido algún fracaso en el pasado y un dato que llama la atención es el 13.5% que respondió que “siempre” ha sufrido fracasos. De los cuadros muestran a un 60.3% “usualmente” tomaría esa decisión, un 19% “siempre” lo haría lo que demuestra que la mayoría de los estudiantes tiene seguridad en sus decisiones y un 14.3% “algunas veces” y un 6.3% “raras veces” mantendría su posición. Las personas encuestadas se mantienen en una respuesta no tan extrema desde ningún lado, destacando “usualmente” con 45,2%, “algunas veces” con 22,2% y “raras veces” con 17,5%. Es decir, se mantienen regulares frente al hecho de pensar en cómo podrían influenciar a otras personas. Aunque destaca la alternativa “usualmente”.



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

##### *Situación del emprendimiento*

**Primera;** Resaltaremos que el 58,7% son de género femenino, en comparación con el 41,3% corresponde al género masculino. Asimismo, el 65,1% se ven al egresar de la carrera emprendiendo una idea de negocio, representando esta cantidad el mayor porcentaje y un 34,9% opto por conseguir un puesto de trabajo dependiente, concluyéndose que la mayoría de los estudiantes tiene en mente emprender una idea de negocio dentro del intervalo de 1 a 3 años.

**Segunda;** Se concluye que los estudiantes tienen experiencia en la realización de emprendimientos representado por un 42.9% y tienen proyectado sus ideas de negocio de cara a un futuro cercano en un 84.1% lo que nos permite tener una perspectiva positiva y aprovechable.

**Tercera;** De los resultados se concluye que la mayoría optaría en emprender en el sector de servicios con un 53.20% en contraste con en 36.55% en el sector productivo.

##### *Perfil del Emprendedor*

**Cuarta;** En relación a la **persistencia** se concluye que los alumnos poseen esta actitud arraigada a su personalidad representado por un 54% con alternativas de mejora frente a las vicisitudes representado con un 57.9%.

**Quinta;** Uno de los resultados negativos del presente estudio está en el nivel de **responsabilidad** al momento de entregar el trabajo a tiempo, según los resultados solo un 4% “siempre” lo hace en contraste a un 42.1% respondió “algunas veces” lo que demuestra un mínimo de estudiantes cumplen con los plazos establecidos. Con relación a la familia y bienestar un 56.3% considera primordial y muy importante

**Sexta;** Con relación a la **eficiencia y calidad**, el 47.6% son personas que sienten seguridad en cumplir adecuadamente una función y para solucionar problemas un similar porcentaje, manifiesta tener la actitud para solucionarlo, concluyéndose que menos del 50% de los encuestados logra ser eficiente, pero es preciso indicar que el porcentaje obtenido es considerable.

**Séptima;** Al revisar y analizar los resultados los alumnos un 55.5% asumen los **riesgos** de sus decisiones y se preocupan por el futuro en un 95.20%; concluyéndose que en su gran mayoría el riesgo es parte del diario vivir.

**Octava;** Con relación a la dimensión objetivos y metas se concluye de manera significativa los estudiantes se focalizan en sus objetivos y metas representado por un 57.9% con una actitud favorable a los desafíos y oportunidades con un 78.6%.

**Novena;** En cuanto a la **búsqueda de información**, concluimos que un 58.7% usualmente recauda información antes de iniciar un proyecto y un 22.2% siempre lo hace lo que demuestra que la recopilación de la información previa es primordial.

**Decima;** Concluimos que los encuestados con relación a la **planificación** el 43.6% lo realiza, considerando a la focalización como estrategia indiscutible para el éxito. Asimismo, consideran vital un Plan de Vida con un 75.4%

**Undécima;** Se concluye que la mayoría buscan asesoría 79.3% de especialistas en los temas de incertidumbre.

**Duodécima;** Finalmente, con relación a la autoconfianza la mayoría trata de que otros apoyen sus recomendaciones y consideran el saber escuchar como una actitud fundamental para la conexión con otras personas y no necesitan necesariamente de un control representado por un 84.1%, y valoran el tiempo que ocupan en sus actividades.

## 5.2. Recomendaciones

**Primera;** Se recomienda la implementación de una Incubadora de Negocios que permita tener planificar los procesos de transferencia de conocimientos a través de un plan de trabajo con actividades programadas y presupuestadas focalizadas a fomentar, incentivar y monitorear las iniciativas emprendedoras.

**Segunda;** Utilización de metodologías focalizadas al emprendimiento y actividades diseñadas para tal propósito, por ejemplo: Workshop, full Day, Summit, ferias, etc.

**Tercera;** Integrar la incubadora dentro del Ecosistema Emprendedor de la Región a nivel local, Regional y Nacional, realizando alianzas estrategias con otras incubadoras del País.

**Cuarta;** Contar como política el trinomio Estado, Empresa, Academia que permita focalizar los emprendimientos como respuesta a los problemas del sector Público y privado del País.

**Quinta;** Se recomienda la búsqueda de Inversores nacionales y extranjeros que permitan financiar las iniciativas emprendedoras y conectar a los estudiantes a la postulación a los concursos nacionales de financiamiento a través del SARTUP PERU del Ministerio de la Producción.

**Sexta;** A nivel el Perfil del Emprendedor se recomienda trabajar en incentivar el nivel de responsabilidad a la entrega de trabajos en los plazos establecidos, se pudo visualizar que solo un 4% de los alumnos entrega en los plazos establecidos, situación negativa que debe mejorar sustancialmente.

**Séptima;** Se recomienda el fortalecimiento de las habilidades duras y blandas de los estudiantes que permitan incrementar sus indicadores en relación a: eficiencia, calidad, riesgo, objetivos, metas, búsqueda de información y planificación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca, R.; Suyo, G. (2004). *Estadística para la Gestión Empresarial*. 1ra ed. Cusco.Cibercopy. p. 220.
- Alles,M.(2005). *Gestión por Competencias El diccionario*. 2da.ed.Buenos Aires.Ediciones Granica S.A. p. 97.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. 3ra. ed. Colombia. Pearson Educación. p.258
- Bernal, C. Sierra, H. (2008) *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo* Na. 2 da. ed. p.30
- Candelo, C; Ortiz, G; Unger, B.(2003). *Hacer Talleres Una guía práctica para capacitadores*. 1ra. ed:Grafiq Editores. p. 33.
- Del Moral, A; Pazos, J; Rodríguez, E. (2007). *GestiOn del Conocimiento*. 1ra. ed. Espdia. Thomson Editores Spain. pp. 137 y 138.
- Dolabela, F. (2005). *Taller del Emprendedor: una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones*. 1ra ed.Argentina: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. pp. 75 y
- Drucker, P. (2001). *La Esencia de la Administración Moderna*. Mexico: Pearson Educación.
- Fernández, E. (2005). *Estrategia de Innovación*. España: Thomson Editores Spain.
- Franklin, E. (2002). *Organización y métodos*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Gutierrez, G. (2013). *El comportamiento emprendedor en El Salvador. Contexto, características y factores de éxito del emprendedor salvadoreño*: 1ra ed. El Salvador. Universidad Internacional de Andalucía. p. 203.
- Hernandez, S. J. (2011). *Introducción a la Administración Teoría General*