



**UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y  
PEDAGÓGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS**

**“FACTORES QUE SE RELACIONAN EN EL  
ESPÍRITU EMPRENDEDOR PARA DESARROLLAR  
NEGOCIOS EN LOS ESTUDIANTES DE LA  
UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI,  
ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIAL, POST  
PANDEMIA AÑO 2021”**

**PRESENTADO POR**

**BACH. KATHERINE VANESSA HUARCA ALVARADO**

**BACH. SUJEY MERCEDES ARO ARO**

**ASESOR**

**MGR. ROCIO CLARIBEL CORNELIO AIRA**

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

**MOQUEGUA-PERÚ**

**2022**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>PORTADA.....</b>	<b>I</b>
<b>PÁGINA DE JURADO .....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO .....</b>	<b>V</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>VII</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>X</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XI</b>
<b>CAPÍTULO I EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>12</b>
1.1. Descripción de la Realidad Problemática .....	12
1.2. Definición del Problema .....	13
1.2.1 Problema Principal .....	13
1.2.2 Problemas Secundarios.....	14
1.3. Objetivos de la Investigación.....	14
1.3.1. Objetivos Generales .....	14
1.3.2. Objetivos Específicos .....	14
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación .....	15
<b>1.5. Variables</b> .....	<b>17</b>
1.6. Hipótesis de la Investigación .....	18
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>19</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	19
2.2. Bases Teóricas .....	21
<i>Teoría de competencias</i> .....	22
<i>Perfil profesional</i> .....	23
<i>Teoría de emprendimiento</i> .....	24
<i>Características de un emprendedor</i> .....	25

2.3. Marco Conceptual.....	28
<i>Definición de Conceptos</i> .....	28
<b>CAPÍTULO III MÉTODO .....</b>	<b>32</b>
3.1. Tipo de Investigación.....	32
3.2. Diseño de Investigación.....	32
3.2.1. <i>Tipo de Diseño</i> .....	32
3.3. Población y Muestra .....	33
3.3.1. <i>Población</i> .....	33
3.3.2. <i>Muestra</i> .....	33
3.3.3. <i>Muestreo</i> .....	33
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	34
3.4.1. <i>Técnicas de Recolección de Datos</i> .....	34
<b>CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>59</b>
5.1. Conclusiones .....	59
5.2. Recomendaciones .....	60
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>61</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>62</b>
ENCUESTA.....	63

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	17
Tabla 2 Valores de la Variable situación emprendimiento.....	34
Tabla 3 Valores de la Variable desarrollo de negocio .....	35
Tabla 4 Alfa de Cronbach para la variable Espíritu emprendedor .....	36
Tabla 5 Alfa de Cronbach para la variable Desarrollo de negocios .....	36
Tabla 6 Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de relacionarse socialmente .....	37
Tabla 7 Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de realización personal .....	40
Tabla 8 Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad creativa.....	41
Tabla 9 Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de planificación .....	42
Tabla 10 Frecuencias y porcentajes para la variable desarrollo de negocios .....	44
Tabla 11 Tabla de contingencia entre la variable desarrollo de negocios y espíritu emprendedor .....	47
Tabla 12 Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y espíritu emprendedor .....	48
Tabla 13 Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidades de relacionarse socialmente .....	49
Tabla 14 Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidades de relacionarse socialmente .....	50
Tabla 15 Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidad de realización personal.....	51
Tabla 16 Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidad de realización personal.....	52
Tabla 17 Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidad de creatividad .....	53
Tabla 18 Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidad de creatividad.....	53
Tabla 19 Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidad de planificación.....	55

Tabla 20 Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidad de planificación.....	55
--	----

## RESUMEN

El objetivo de este estudio es de establecer los factores que se relacionan con el espíritu emprendedor para desarrollar negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, Post pandemia año 2021. El estudio es de tipo relacional de diseño no experimental. En este trabajo se define como variable de investigación a los factores que relacionan el espíritu emprendedor y la segunda variable el desarrollo de negocios.

La población de la investigación está compuesta por un total de 200 alumnos de la Escuela profesional de Ingeniería Comercial, pertenecientes a la facultad de ciencias jurídicas empresariales y pedagógicas de la Universidad José Carlos Mariátegui; de la aplicación de la formula se obtuvo como resultado una muestra de 120 estudiantes para la presente investigación.

La recopilación de la información se materializo mediante la aplicación de dos cuestionarios una para cada variable de estudio sumando un total de 36 ítems. El resultado del procesamiento de los datos, del análisis de confiabilidad se obtuvo un Alfa de Cron Bach para la variable espíritu emprendedor, obteniéndose un alfa de 0,948 o 94,8% de confiabilidad interna, lo cual demuestra que el instrumento aplicado para esta variable como es espíritu emprendedor tiene muy buena confiabilidad interna. Para la variable Desarrollo de negocios, precisa una confiabilidad de 79,1% para dicha variable, por consiguiente, se determina que existe buena confiabilidad interna en el instrumento aplicado como es la encuesta.

Se concluye de forma general es que el espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021, con un margen de error del 5% y con una significancia de 0,000

Palabras claves: emprendimiento, espíritu emprendedor, desarrollo de negocios.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to relate the factors that are made with the entrepreneurial spirit to develop businesses in the students of the José Carlos Mariátegui University, professional school of Commercial Engineering, Post pandemic year 2021. The study is of a relational type of design not experimental. The factors that relate the entrepreneurial spirit and the second variable business development are presented in this work as a research variable.

The research population is made up of 200 students from the Professional School of Commercial Engineering, belonging to the Faculty of Business and Pedagogical Legal Sciences of the José Carlos Mariátegui University; from the application of the formula, a sample of 120 students was obtained for the present investigation.

The collection of information was obtained through the application of two questionnaires, one for each study variable, adding 36 items. The results of the data processing, the reliability analysis, a CronBach Alpha was obtained for the entrepreneurial spirit variable, it is observed that an alpha of 0.948 or 94.8% of internal reliability has been obtained, which shows that the instrument applied for this variable as entrepreneurial spirit, as it has very good internal reliability. For the Business development variable, it shows a reliability of 79.1% for said variable, which shows that there is good internal reliability in the applied instrument such as the survey.

It is concluded in a general way that the entrepreneurial spirit is related to business development in the students of the José Carlos Mariátegui University, professional school of Commercial Engineering, post-pandemic year 2021, with a margin of error of 5% and with a significance of 0.000

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneurship, business development

## **INTRODUCCIÓN**

La Escuela Profesional de Ingeniería Comercial, cuyo propósito es insertar profesionales al campo laboral con perfiles focalizados a la formación de negocios empresariales; consecuentemente es necesario conocer si los estudiantes de esta carrera poseen las cualidades que le permitan avanzar de forma exitosa en este trayecto. Un factor relevante es el **ESPÍRITU EMPRENDEDOR**, motivo por el cual la presente investigación tiene la intención de conocer los factores que relacionan el espíritu emprendedor para el desarrollo de negocios.

La Investigación está compuesto por cinco capítulos, el primer capítulo define la problemática, plantea los objetivos, la justificación, la operacionalización de variables y la hipótesis. El segundo capítulo precisa los trabajos hechos sobre el tema, la parte teórica, y definición de conceptos. En el tercer capítulo compendie la metodología, el tipo de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recojo de datos y por consiguiente el análisis de datos. El cuarto capítulo compendie los resultados, la contrastación de hipótesis y discusión. Finalmente el quinto capítulo concluye con las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I**

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

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

Actualmente la problemática del desempleo es un problema gravitante, aproximadamente 3 millones de peruanos están desempleados como consecuencia de la pandemia del COVID-19; enfermedad causada por el coronavirus conocido como SARS-CoV-2, En consecuencia, la crisis del desempleo en el Perú ocasionado por el COVID-19, ha provocado la pérdida de aprox. 3.5 millones de empleos. Si añadimos los 700 000 desempleados iniciales, el Perú terminara el año con 4.2 millones de desempleados, lo que alcanza el 23.6 % del PEA. Una respuesta a esta coyuntura es el inicio de los autoempleos como una oportunidad y, en consecuencia, el concepto de emprendimiento es de mayor importancia para nuestros compatriotas, resultando su estudio cada vez más relevante y necesario. Actualmente en esta etapa atípica es necesario adaptarnos a esta nueva normalidad y reinventarnos con la finalidad de ser competitivos utilizando las herramientas para el propósito que perseguimos en campo del emprendimiento siendo la innovación y la creatividad pasos necesarios para marcar la diferencia y trascender. Como resultado del vertiginoso avance de la digitalización, las tecnologías de la información y la comunicación; sus utilidades hoy por hoy se hacen imprescindibles es esta nueva normalidad donde el distanciamiento no es una opción sino una obligación de cuidado y protección mutuo frente a esta pandemia que se está llevando más vidas que cualquier mortal de antaño hubiera predicho. En estos días cualquier

profesional que evalué su empeño profesional debe poseer las habilidades blandas y duras que lo coadyuvé al éxito en su labor albergando la residencia, tenacidad, determinación y sobre todo Fe en el supremo como lo dijo el recordado STEVE JOBS quien expresó: «Tu trabajo va a llenar gran parte de tu vida, la única manera de estar realmente satisfecho es hacer lo que creas que es un gran trabajo y la única manera de hacerlo es amar lo que haces. Si no lo has encontrado aún, sigue buscando. Como con todo lo que tiene que ver con el corazón, lo sabrás cuando lo hayas encontrado.»

(Eyzaguirre, 2014), ratifica que: “Los alumnos adquieren una serie de conocimientos generales en un determinado ámbito de estudio, el cual debería garantizar la formación de un conjunto de competencias personales suficientes, tanto desde el punto de vista científico y técnico, como ético y social, que representan las denominadas enseñanzas básicas y de formación general”.

En consecuencia, en la realidad actual refleja que muchos profesionales egresados no están desempeñándose en los puestos de acuerdo con el perfil por el cual fueron formados, existiendo factores que conllevan a estas realidades que es materia de otro estudio no del presente. En resumen, esta nueva normalidad nos motiva a indagar sobre los factores coyunturales que se relacionando en el espíritu emprendedor para desarrollar negocios en los estudiantes que estudian Ingeniería Comercial en este escenario post pandemia y conocer sus resultados.

## **1.2. Definición del Problema**

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

¿Qué factores asociados al espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, ¿post pandemia año 2021?

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

- ✓ ¿Existe relación entre la capacidad de relacionarse socialmente y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021?
- ✓ ¿Existe relación entre la capacidad de realización personal y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021?
- ✓ ¿Existe relación entre la capacidad creativa y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021?
- ✓ ¿Existe relación entre la capacidad de planificación y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021?

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

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

Relacionar el espíritu emprendedor y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021

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

- ✓ Relacionar la capacidad de relacionarse socialmente y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021.

- ✓ Relacionar la capacidad de realización personal y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- ✓ Relacionar la capacidad creativa y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- ✓ Relacionar la capacidad de planificación y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021.

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

La finalidad del presente estudio es precisar que factores determinan la baja capacidad de emprendimiento de los alumnos de la Universidad José Carlos Mariátegui, y de los resultados obtenidos alcanzar a las autoridades universitarias propuestas de mejoras.

Se plantean y contrastan una serie de hipótesis acerca de cómo valoran los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui la capacidad emprendedora y cómo incide ésta en el marco institucional; y así se permita a esta desarrollar las bases educativas y formativas que motiven la mentalidad empresarial de los alumnos. La relevancia de la investigación se enfoca en los puntos siguientes:

**a) Capacidad de realización:** Referido al impulso por superar desafíos, obtener el triunfo, lograr metas y trascender; Comprende:

- ✓ Búsqueda de oportunidades
- ✓ Perseverancia
- ✓ Exigencia de calidad
- ✓ Eficiencia y eficacia
- ✓ Toma de riesgos calculados.

**b) Capacidad de planificación:** Planificar es cuando se toma decisiones por de forma anticipada, proponiendo metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo con la perspectiva de alcanzar los resultados esperados, minimizando la incertidumbre. Comprende:

- ✓ Fijación de metas.
- ✓ Recopilación de información
- ✓ Planificación ordenada y con eficientes procesos de control.

**c) Capacidad de relacionarse con la sociedad,** Se refiere a la actitud, generando el buen estado de ánimo en las personas y su entorno, realizando acuerdos de apoyo para incrementar sus proyectos o ideas de negocio. La persona es capaz de originar lazos con diferentes círculos de personas e instituciones que coadyuven a su autorrealización. Mediante técnicas de comunicación.

Comprende:

- Elaboración de redes de apoyo y persuasión.
- Autoconfianza.

**d) Capacidad de creatividad,** Es la habilidad y capacidad para plantear soluciones y pensamientos creativos con el único fin de cumplir sus objetivos y tener éxito en la vida empresarial.

## 1.5. Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

Variables	Indicadores (ítems)	Valorización
Factores asociados al espíritu emprendedor	Capacidad de relacionarse socialmente	Nunca casi nunca
	Capacidad de realización personal	a veces
	Capacidad creativa Capacidad de planificación	casi siempre siempre
Desarrollo de negocios	Plan e idea de negocio Investigación de mercado Financiamiento Ideas de emprendimiento Apoyo del entorno Plan de producción Talento Humano	

## **1.6. Hipótesis de la Investigación**

### ***Hipótesis General***

El espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021.

### ***Hipótesis específicas***

- ✓ La capacidad de relacionarse socialmente se vincula con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- ✓ La capacidad de realización personal se vincula con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- ✓ La capacidad creativa se vincula con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

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

Como antecedentes a esta investigación citaremos estudios realizados por otros investigadores que sigan la línea de investigación al emprendimiento que permitan conocer los estudios previos para su posterior contrastación. Asimismo, es necesario asignar algunos indicadores que sirvan de ejes conceptuales sobre los que nos basaremos para brindar una lectura interpretativa del enfoque que perseguimos en el presente estudio.

(Morales Solís, 2019), realizó una investigación titulada “*Actitud emprendedora y espíritu empresarial en estudiantes de la Escuela profesional de Ingeniería Agronómica. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, 2019*”; la finalidad del estudio fue comprobar la relación que existe entre la actitud emprendedora y el espíritu empresarial de los estudiantes de la carrera Ingeniería agronómica de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Con una investigación de diseño no experimental, correlacional de tipo transversal, con una muestra de 140 alumnos, por medio del estadístico Coeficiente de Spearman los resultados fueron que entre las variables actitud emprendedora y espíritu empresarial existe una relación (0.712) altamente positivo y significativo.

(Gladys María Toapanta Toapanta, Amanda Gabriela Paucar Lozada, Mercedes Elizabeth Chango Valle, Alba Marisol Córdova Vaca, Mario Rubén Guerrero Tipantuña, Dolores Magaly Cedeño Troya, 2017); realizaron la investigación

titulada “*El estudiante emprendedor en la universidad como importante factor de cambio en la sociedad*”. La finalidad de dicha investigación fue definir que rol cumplen los estudiantes y los docentes en la actitud emprendedora.

El resultado de la investigación fue que según el rol que desempeña el estudiante en la escuela puede adquirir un espíritu emprendedor.

(Cindy Paola Pineda López, Yurliany Dayana Manzano- Sanguino, 2018); realizaron la investigación titulada “*La cultura emprendedora en los estudiantes de Administración de Empresas*”. La finalidad del estudio a los estudiantes de Administración de Empresas fue identificar sus habilidades y capacidades emprendedoras, de igual manera, el nivel de incidencia de las asignaturas. La investigación concluye que los estudiantes de Administración de empresas tienen notables capacidades y habilidades para emprender, empero la educación que se imparte no contribuye lo suficiente.

(Vivas, Visión gerencial respecto a la formación del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Caso: Unellez, Venezuela . 25-50, 2022), realizo la investigación titulada “*Visión gerencial respecto a la formación del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Caso: Unellez, Venezuela. 25-50*”. El estudio estuvo orientado a la formación del espíritu emprendedor de los estudiantes. Investigación de diseño documental, de campo y descriptivo. Dicha investigación se apoya en revisión bibliográfica, recolección de información y análisis de datos, con instrumentos validados por Juicio de Expertos. Se hizo uso del coeficiente Alpha de Cronbach aplicado a los instrumentos para alumnos y docentes cuyos resultados fue para los estudiantes igual a 0,772 (con 15 ítems) y los docentes fue de 0,778 (con 15 ítems), siendo alto el valor de confiabilidad, finalmente la investigación concluye que se ha desatendido la formación del espíritu emprendedor de los estudiantes en la Unellez.

(Chacon, 2019), realizo la investigación titulada “*Particularidades del espíritu emprendedor en los jóvenes de la ciudad de Tarija*” la investigación estuvo orientado a estudiar el perfil del espíritu emprendedor de los jóvenes estudiantes de

colegio (dos últimos años) y jóvenes estudiantes universitarios de universidad (de primer y segundo año), y como objetivo central determinar los rasgos del espíritu emprendedor en los jóvenes de Tarija. utilizándose como herramienta metodológica el diseño no experimental, transversal, por medio de encuestas. Esta investigación concluye que los alumnos de colegio tienen cualidades emprendedoras particularmente focalizado al sector servicios, empero cuando están cursando estudios de ciclos mayores en la universidad el espíritu emprendedor se ve ensombrecido por el miedo al riesgo y las dificultades que se presentan para emprender.

(Salvador Sánchez Rodríguez, 2016), realizaron una investigación titulada *“Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal”*, esta investigación su objetivo fue conocer la perspectiva que tienen los estudiantes de un tecnológico sobre los factores que coadyuban en la formación del espíritu emprendedor, mediante el método de un estudio transversal descriptivo, con una muestra de 454 alumnos. La investigación concluye que existe la necesidad de mejorar los planes de estudio concernientemente a la transversalización del emprendimiento en todas las carreras del tecnológico, principalmente la carrera de Gestión Empresarial.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **Introducción**

(Julie, Castillo, & Carolina, 2009), afirma que “Hoy en día, la inteligencia de una persona va ligada a la capacidad de una persona de ser más competente en la realización de sus actividades, como muestra de su formación y conocimientos”

Por ello se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: cómo son los jóvenes, qué funciones tiene y roles que va a desempeñar; también tener en cuenta las capacidades y conocimientos que son fundamentales para el éxito en el desempeño laboral y profesional; los rasgos de personalidad que son

determinantes del comportamiento usual; por último, los intereses y la motivación intrínseca que cada individuo posee para su desempeño profesional.

### **Teoría de competencias**

Hay diversidad de definiciones sobre competencias y se diferencian unas de otras.

(Marin, 2002), “existen múltiples usos tanto para los términos «saber-hacer» como para el vocablo “contexto”. El, “saber- hacer”, es utilizado como sinónimo de uso creativo de vivencias y formas de permanecer en el globo terráqueo, como desempeños idóneos cotidianos, o como el dominio de unas gramáticas básicas. Asimismo, para determinados autores el término “contexto”, se comprende como lugar de simulación, refiriéndose a la Escuela; la cotidianidad y la cultura, cuando se refiere al entorno; y, por último, situación precisa o problemas concretos, cuando remite a la disciplina”.

(Julie, Castillo, & Carolina, 2009). Las competencias según Rodríguez y Filiú son “Un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y conductas que posee una persona y que le permiten la realización exitosa de una actividad”.

Cabe mencionar que el fin de esta cita es que los conocimientos, habilidades y toda la gama de elementos son fundamentales para las competencias de un joven universitario, ya que con ellos puede enfrentarse al mundo empresarial”.

(Cascante, 2007), acentúa la importancia del desempeño competente al realizar una labor en una universidad pública, lo que le da relevancia; remarca los puntos que son primordiales analizar para esta investigación respecto a las competencias:

- Caracterización permanente en una persona.
- Manifestado cuando se realiza una labor.
- Se relacionan con la hechura exitosa en una actividad, sea laboral o de otra índole.
- Si tienen una relación causal con el rendimiento laboral; precisando, no están solamente asociadas con el éxito sino que se asume que realmente

causan.

En repetidos puntos se menciona las competencias genéricas y esto es un elemento fundamental en la mente de los jóvenes universitarios

(Tobon, 2005). Toca el tema en relación con la competencia genérica, se identifica para el presente estudio, como aquella que se repite a varias profesiones u ocupaciones, lo que para el presente estudio considera al desempeño de todo docente en la Universidad. Cuando se construye este tipo de competencias, permite que se dé la cara a los continuos cambios propios del quehacer profesional; mayores posibilidades de adquisición de empleo; favorece la gestión y sostenimiento del empleo y la adaptación a diversos ambientes laborales; además, adquirir una competencia de este tipo, apela a un proceso constante de aprendizaje, y su desempeño, a una evaluación rigurosa.

### **Perfil profesional**

(Hawes, 2001), indica que utilizar preferentemente el perfil profesional está relacionado con la “Proyección al mundo de la sociedad /.../, al mundo donde habrá de desempeñarse”. Siendo nuestra inclinación delimitar un perfil profesional conformado por componentes claros y contenidos congruentes, se contempla en primer lugar la complejidad de la profesión que se quiere perfilar: La docencia en la Universidad. Generalmente se destaca que el perfil de un profesional se construye a partir de principios e intenciones por parte de quien forma; históricamente se edifica bajo los lineamientos de la pedagogía y cultura de la profesión que persigue; considerando elementos como la formación, el desempeño y la ciudadanía. Igualmente, existen diversas fuentes, por citar la filosofía institucional, las demandas sociales, los colegios profesionales, así como los docentes y otros académicos. Lo anterior respalda la importancia de la construcción de un perfil que identifique el desempeño característico de una persona docente en la Universidad.

## **Teoría de emprendimiento**

La palabra emprendimiento se origina en el visionario de negocios francés (pionero) y alude a "La capacidad de un hombre para intentar lograr una meta u objetivo, además se usa para aludir a la persona que comenzó otro negocio o tarea, término que luego se conectó a los visionarios de negocios que fueron pioneros o aumentaron el valor de un artículo o proceso oficialmente existente". El término anglosajón "Entrepreneurship" se ha traducido como espíritu emprendedor y creación de empresas, función empresarial y creación de empresas. Por lo tanto para el presente estudio se adoptarán: emprendimiento. La noción de empresario ha surgido de la misma vida empresarial y, consecuentemente, está vinculada al tiempo y al espacio, es decir, al tema de los acontecimientos económicos. Lo primero que advierte la historia es, en términos relativos, los primeros conceptos, así como el término expresado por Sánchez (1969). El término original ha sufrido transformaciones en varios idiomas. Según lo anterior, el término "Emprendedor" se ha planteado desde el siglo XVIII.

Las aptitudes pioneras son el complemento del aprendizaje importante para crear y supervisar nuevas organizaciones. En el avance de las asignaturas ofrecidas en los programas de Administración, los estudios secundarios crean habilidades y capacidades particulares según el segmento de negocios. Según lo indicado por Gómez, esto es concebible si el suplente se enfrenta con circunstancias comerciales genuinas y complejas, al comprender los casos, al crear estrategias para el éxito y al impulsar ejercicios, organizaciones, organizaciones o asociaciones.

"Ser un visionario empresarial" es una de las características fundamentales de una persona de negocios o especialista, junto con el desarrollo y la asociación. El examen de discernimientos presenta al visionario de negocios con términos, por ejemplo, inventivo, adaptable, dinámico, equipado para salir en peligro, innovador y con un desarrollo situado. Por otra parte, regularmente caracteriza el término como la capacidad para comenzar y trabajar nuevas organizaciones. En consecuencia, el emprendimiento es el estado mental y la

aptitud del individuo que le permite intentar nuevas dificultades, nuevas tareas; es lo que le permite ir más allá, ir más allá de donde acaba dellegar. Es lo que hace que un hombre se sienta decepcionado con lo que es y con lo que ha logrado, y como resultado, necesita lograr logros más notables.

### **Características de un emprendedor**

(Navarro, 2009), en vista de la encuesta de redacción, el visionario empresarial o emprendedor debe ser:

- Audaz: Para controlar su condición, salga arriesgado y tenga la capacidad de enfrentar las circunstancias que surgen.
- Tenaz: levantarse mil veces, lograr sus objetivos, tener una firme convicción e intentarlo si es vital.
- Responsable: No acusar a otros, utilizar indultos y reconocer sus descuidos.

El visionario empresarial debe tener:

- Confianza: confiar en una tonelada en ti mismo, sentirte listo para lograr todas las cosas y hasta el final y que nadie se derrumbe.

Actividad: darse cuenta de que toda la asociación está preocupada, con el objetivo de que cada uno de sus compromisos sea rentable y que no se quede cerca de otras personas.

- Voluntad: para seguir adelante, tener la capacidad de organizar tu vida, estar satisfecho y auto contenido.

El siguiente es un resumen de los atributos principales que generalmente se encuentran en los visionarios de negocios o en personas fructíferas:

- a) Vitalidad y emoción: una persona de negocios es un hombre cargado de vitalidad y energía. Tengo suficiente vitalidad para satisfacer todas las diversas capacidades o asignaciones asociadas con ser un visionario de negocios o una persona de negocios, y usted tiene el entusiasmo suficiente para desempeñar esas capacidades o empresas con felicidad y energía. Me encanta una medida considerable de lo que hace; conoce las ventajas o los beneficios de progresar en su propio negocio; Continuamente me he repetido

estas ventajas o recompensas, y las uso para persuadirme de continuar adelante.

- b) Autoconfianza: un visionario de negocios es un hombre con autoconfianza. Conoce sus cualidades y capacidades, las cuales intenta mejorar y beneficiarse, pero además tiene en cuenta sus limitaciones y deficiencias, las cuales intenta revisar y sobrevivir. Cuando comiencen a surgir los problemas o las dificultades, avocase sobre la base de que confía en usted mismo, asumiendo que sus cualidades y capacidades lo ayudarán a superar y manejar estas cuestiones o desafíos.
- c) Perseverancia: Persona de negocios tiene la suficiente implacabilidad, seguridad y determinación para enfrentar obstáculos, contratiempos, imprevistos, desafíos o caídas que puedan tener en su camino. Se da cuenta de que, a su manera, estos problemas surgirán de manera confiable, y cada vez que eso ocurre, es diligente y continúa hacia adelante.  
Tolerancia: Un visionario empresarial reconoce que los logros no llegan a mediano plazo, para lograrlos se requiere cierta inversión, trabajo y compromiso. Se da cuenta de que la calle para progresar es larga y está llena de desafíos, por lo que tiene suficiente persistencia para buscarla. La confianza en uno mismo y en tu capacidad. Se da cuenta de que, independientemente de lo sutil que pueda parecer, o hasta qué punto demore más de lo previsto, el logro se convertirá eventualmente en suyo.
- d) Capacidad para adaptarse a los cambios: Una persona de negocios está constantemente atenta a todo lo que ocurre en el mercado. Conoce constantemente las progresiones que pueden ocurrir y, de manera confiable, intenta predecirlas, por ejemplo, conoce nuevas inclinaciones o gustos de los compradores, nuevos patrones, nuevos diseños, nuevos candidatos, nuevos procedimientos, etc. Además, mientras tanto, tiene la capacidad de adaptarse vertiginosamente a estas progresiones, es decir, tiene la capacidad de adaptación suficiente para administrar su empresa u organización, de modo que pueda explotar estas progresiones o administrarlas de manera conveniente.
- e) Tolerancia al riesgo: Un visionario empresarial intenta limitar las

posibilidades en sus organizaciones o aventuras. Por estarazón, se educa, prepara, prepara, prepara, predice desastres concebibles, planifica metodologías de crisis, etc. En cualquier caso, sabe que, independientemente de la organización o la planificación que haga, de manera confiable, existirá un riesgo de que las cosas no resulten sorprendentes, de que surjan situaciones inesperadas, desastres, desafíos o problemas.

f) **Imaginación y desarrollo:** Un emprendedor es un individuocreativo e inventivo. Se da cuenta de que en el entorno actual, debido a la alta rivalidad y las peticiones de los clientes, el camino hacia el logro de los negocios es continuamente imaginativo e inventivo. Usted se da cuenta de que el ciclo de existencia de un artículo se está acortando cada vez más, y de esta manera, está continuamente siendo imaginativo y avanza, ya sea haciendo nuevos artículos o beneficios, o revisando o mejorando aquellos a partir de ahora anunciados.

g) **Visión de negocios:** Una persona de negocios puede reconocer aperturas de negocios donde otros no las ven. Para esto, está continuamente diseccionando el mercado, analizando nuevos gustos, nuevos moldes, examinando patrones, etc. Además, sabe cómo extenderse más tarde y anticipar las progresiones que se avecinan. De la misma manera, es para todos los tiempos de caza, y consciente del auge de las nuevas aperturasde negocios. Además, cuando identifica a uno atractivo, lo piensa y lo investiga, y en el caso de que descubra que es unaoportunidad decente, no se siente ocioso y obtiene rápidamente todos los activos fundamentales que le permiten ganar. esa oportunidad

h) **Capacidad para rodearse de los individuos perfectos:** una persona de negocios sabe cómo reconocer a la población general que puede ayudarles a progresar en sus organizaciones o aventuras. No busca personas que saben poco de lo que hace, sin embargo, busca personas preferidas preparadas sobre él en perspectivas específicas, se da cuenta de que solo en este sentido sería capaz de formar un grupo decente que se complementa bien. Sabe cómo reconocer estetipo de individuos por su

aparición, así como por sus palabras, sus movimientos o su método para transmitir todo lo que necesita ser transmitido. Y después de eso, cuando estos individuos se distinguen, se alistan o se conectan con ellos, y luego, trabajando con ellos, saben cómo guiarlos. Todos estos puntos o características que nos hacen mencionar a estos escritores o investigadores ponen como punto fundamental que los emprendedores universitarios deben basarse en estos fundamentos que se mencionan, para poder tener una cultura de emprendimiento desde la educación en instituciones educativas.

### **2.3. Marco Conceptual**

Se entiende por marco conceptual a la pericia que tiene una persona sobre los conceptos básicos vinculados al tema de investigación, destacando los aspectos más importantes del mismo. También se conoce este concepto como bases teóricas, las que son imprescindibles para generar una hipótesis o bien, las conclusiones referentes al tópico en cuestión. La estructura de una investigación demanda la presencia obligatoria de este elemento, coadyuvando a que el investigador pueda elaborar su propia concepción acerca del problema y las posibles soluciones.

#### **Definición de Conceptos**

**Emprender:** Emprender es la capacidad, habilidades y actitudes que puede tener una persona con la esencia de crear y actuar con la finalidad de formar una estructura comercial apta en la cual se desenvuelvan toda una serie de elementos que puedan contribuir al desarrollo de esta empresa, además toda esta capacidad es el resultado de la unión del acto creativo con la acción de eficaz y eficiente.

- a) Etapas para emprender, Asimismo, la capacidad de emprender requiere tres etapas:
- Se tiene que identificar la necesidad del consumidor o elementos que ayudan al desarrollo de la empresa ello causa una oportunidad.
  - Para toda carencia de un sujeto se tiene que encontrar un producto o

servicio que pueda cumplir con las necesidades del consumidor y es así que el cliente quedara satisfecho.

- Ya idea inicial se tiene que completar o adicionar elementos para convertirlo de ese modo un bien o servicio que este con las condiciones aptar para su consumo o uso. Para todo emprendimiento inicial se tiene que definir bien en que acción se va a dirigir la idea de negocio, en la primera acción se tiene el emprender creando un negocio que brinde servicios existentes o la segunda acción emprender en un negocio innovador en los bienes y servicios que al cliente captive.
  
- b) Espíritu emprendedor: La función básica del emprendedor que inicia en el rubro comercial es la capacidad de tomar los factores productivos como el capital, trabajo y tierra para poder unir estos elementos y encontrar bienes y servicios que puedan satisfacer las necesidades del cliente potencial. El emprendedor sabe muy bien que al ingresar al mercado de comercio tiene que adquirir toda una gama de herramientas que ayuden a captar oportunidades y derrotar las amenazas que el mercado atrae. Y lo más principal ver lo que las otras empresas no observan del mercado potencial. Algunos emprendedores usan información, al alcance de todos, para producir algo nuevo. *"Básicamente, el emprendedor descubre una necesidad y, después, reúne la mano de obra, los materiales y el capital que se requiere para satisfacer esa necesidad."*
  
- c) Desarrollo: El desarrollo es la ejecución del emprendimiento en la cual está incluido toda una gama de elementos que previamente ya se han ido evaluando ya que el emprendedor tiene que seleccionar herramientas que ayuden al adecuado desarrollo del proyecto. Para cada desarrollo que se ira ejecutando se tiene que tomar las responsabilidades de las consecuencias que estas pudiesen causar. Cabe mencionar que el desarrollo es un conjunto de verbos que complementan el desarrollo como incrementar, agrandar, extender, ampliar o aumentar, etc.

d) **Negocio:** La selección del significado de negocio es muy amplia ya que negocio es toda transacción económica o social que genera de alguna manera un beneficio o ganancia para ambas partes que están involucradas en el acto de negocio. Anteriormente en los años de la época romana se utilizaba el término negocio para referirse a actividades de ocio y que estas le generaban ganancias. Pero ahora las cosas han ido ampliándose en el término del negocio y se incluye a empresas o industrias.

Además, en la actualidad si queremos obtener un beneficio por parte de elementos se tienen que vender a un precio más elevado al que nos costó de ese modo obtener ganancias económicas. Asimismo, hay otros contextos que tiene el termino negocio y que suelen ser muy comunes en pleno siglo XXI, como es el caso de realizar una actividad de muy poco esfuerzo invertido y dedicación, pero cuando entras al mercado logras obtener mucha ganancia a pesar de la poca dedicación y esfuerzo, se logra un negocio redondo. Pero en otro ámbito cuando uno quiere generar más ganancias median el negocio que emprendió se centra en la explotación de las potencialidades que genera el negocio o empresa que inicio.

e) **Desarrollo de un negocio:** El desarrollo de negocio es una terminología que engloba los términos internos como la multidisciplinar los elementos en el proyecto de emprendimiento para poder encontrar la esencia del producto y servicio que vamos a entregar para el mercado potencial. En esta línea, el responsable del desarrollo de negocio define de qué forma debe desarrollarse el negocio para no detenerse en su crecimiento.

f) **Tipos de negocio,** de acuerdo con la actividad realizada, los negocios se clasifican en:

- **De manufactura o producción:** En este negocio básicamente se enfoca con la transformación de insumos o materiales primas para poder obtener un producto final, la cual es directo para el consumo del cliente

potencial.

- De servicio: Es un negocio que incluye dentro del producto que se va a fabricar ya que sin un buen servicio no se podría apreciar el producto a fabricar. Y esos servicios también pueden ser independiente puesto brindan el servicio solo sin acompañado de un producto en específico.
- De extracción: Es un negocio básicamente de extraer una materia prima y centrarlo para que otros negocios la exploten para la fabricación de un bien acabado. En ellas se puede encontrar grandes industrias dedicadas exclusivamente a ellas.
- Minoristas o de ventas al por menor: En este cambio de negocio es la esencia de encontrar personas que compren una cantidad mayor y poder venderlo en pequeñas cantidades accesibles al consumidor de tal forma que el precio le genere un poco de ganancias al minorista, además estas actividades, los minoristas suelen tener un almacén donde pueden contabilizar de manera ordenada para cada uno de los vendedores brindando promociones y ofrecer al público.
- Mayoristas o ventas al por mayor: en este negocio el mayorista interactúa entre los productores y los minoristas.

En estos negocios son mayormente mediadores los cuales se centran en transferir del productor al consumidor en este caso los minoristas en cantidad proporcionales o grandes cantidades, con la finalidad que los minoristas puedan ofrecer en cantidades pequeñas al público potencias. Como se ve en el día a día los distribuidores de las bodegas los mercados de abastos y toda una cadena de venta de productos genéricos

## **CAPÍTULO III**

### **MÉTODO**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

Según, (Hernández, 2006). La investigación será de tipo relacional que busca relacionar elementos y permite calcular la relación entre ellas. En este análisis relacionar el espíritu emprendedor y el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021

Investigación de tipo Prospectivo, donde los datos son de fuente primaria. Transversal solo se mide la variable en una sola ocasión, son muestras independientes y explicativo ya que solo considera parámetros de la población de una sola muestra (Supo, 2012).

#### **3.2. Diseño de Investigación**

Es no experimental

##### **3.2.1. Tipo de Diseño**

Se utilizará la Validación de Instrumentos con el fin de reconocer, definir y poder medir el constructo. Así como el procedimiento 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 de estudio está compuesta por todos los estudiantes de la modalidad virtual de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, Universidad José Carlos Mariátegui sede Moquegua, conformada por 200 alumnos

#### **3.3.2. Muestra**

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

Dónde:

Z: es el nivel de confianza al 95%

P: es la prevalencia de éxito, en este caso se tomará 50%.

Q: es el complemento del éxito, 1-p

E: es el error de muestreo 5%

N: población = 301

Tamaño de la muestra=120

#### **3.3.3. Muestreo**

Con el uso de la clase de muestreo probable. La elección de la validación del análisis se hará mediante el recojo de muestras simple aleatorio (Epiquien, 2013) afirma “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 120 encuestas a un nivel de confianza de 95% y error máximo de 5%.

### 3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

#### 3.4.1. Técnicas de Recolección de Datos

La técnica de recopilación a utilizar es la encuesta y como dispositivo el cuestionario.

##### 3.4.1.1 Instrumentos

###### a. Cuestionario estructurado

Es un dispositivo de proporción utilizado en la 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. Cuestionario habilidad emprendedora

### Tabla 2

*Valores de la Variable situación emprendimiento*

<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
Capacidad de relacionarse socialmente	1 al 12
Capacidad de realización personal	13 al 17
Capacidad de creatividad	18 al 21
Capacidad de planificación	22 al 26

Fuente (Pastor, 2018)

**Tabla 3**

*Valores de la Variable desarrollo de negocio*

<b>Variable</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala Likert</b>
Desarrollo de negocio	Plan idea de negocio	
	Investigación de mercado	1=NINGUNO
	Financiamiento	2. POCO
	Apoyo del entorno	
	Plan de producción	3=SUFICIENTE
	Talento humano	
		4=BASTANTE
		5=MUCHO

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

-*Confiabilidad*: Se refiere a que cada vez el dispositivo debe aplicar a la misma persona, que arrojará efectos semejantes; brindando así resultados acordes y sólidos.

-*Validez*: categoría o valor 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, vinculada teóricamente, mostrando las definiciones que se medirán estén vinculados (Cortez, 2009).

**Tabla 4**

*Alfa de Cronbach para la variable Espíritu emprendedor*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0,948	26

**Fuente:** Elaboración del investigador

La tabla 4 muestra el Alfa de Cronbach para la variable espíritu emprendedor, en ella se observa que se ha obtenido un alfa de 0,948 o 94,8% de confiabilidad interna, lo cual demuestra que el instrumento aplicado para esta variable como es espíritu emprendedor, pues tiene muy buena confiabilidad interna

**Tabla 5**

*Alfa de Cronbach para la variable Desarrollo de negocios*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0,791	11

**Fuente:** Elaboración del investigador

En la tabla 5 el Alfa de Cronbach para la variable Desarrollo de negocios, que muestra una confiabilidad de 79,1% para dicha variable, lo cual demuestra que existe buena confiabilidad interna en el instrumento aplicado como es la encuesta

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

**Tabla 6**

*Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de relacionarse socialmente*

	Nada	Casi nada	En ocasiones	Casi siempre	Siempre	Total
Identificas tus talentos y los usas para alcanzar tus propósitos	0 0,0%	8 6,7%	43 35,8%	55 45,8%	14 11,7%	120 100,0%
Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos	0 0,0%	7 5,8%	39 32,5%	59 49,2%	15 12,5%	120 100,0%
Trabajas cooperativamente en equipo	0 0,0%	6 5,0%	56 46,7%	43 35,8%	15 12,5%	120 100,0%
	0	4	57	43	16	120

Actúas por iniciativa propia usando tus recursos	0,0%	3,3%	47,5%	35,8%	13,3%	100,0%
Construyes redes de apoyo	10 8,3%	33 27,5%	37 30,8%	34 28,3%	6 5,0%	120 100,0%
Comprendes y satisfaces las necesidades de tu interlocutor	3 2,5%	33 27,5%	38 31,7%	37 30,8%	9 7,5%	120 100,0%
Defines metas o propósitos concretos en tu sueño	0 0,0%	13 10,8%	46 38,3%	57 47,5%	4 3,3%	120 100,0%
Se relacionas en los demás	7 5,8%	13 10,8%	45 37,5%	49 40,8%	6 5,0%	120 100,0%
Das soluciones fluidas y/o flexibles frente a problemas	7 5,8%	16 13,3%	40 33,3%	46 38,3%	11 9,2%	120 100,0%
Mantienes vitalidad para desarrollar tus actividades	3 2,5%	18 15,0%	38 31,7%	47 39,2%	14 11,7%	120 100,0%
Evalúas y corriges las acciones	13 10,8%	25 20,8%	46 38,3%	31 25,8%	5 4,2%	120 100,0%
Cumples con los compromisos adquiridos	3 2,5%	26 21,7%	57 47,5%	28 23,3%	6 5,0%	120 100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

La tabla 6 evidencia las frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de relacionarse socialmente, como se puede observar a la pregunta de si identificas tus talentos y los usas para alcanzar tus propósitos, el 45,8% manifestaron casi siempre, en tanto que el menor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi nada con un 6,7%, en tanto que para la interrogante de si Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi siempre, en tanto que el 5,8% manifestaron casi nada; así también para la pregunta de si trabajas cooperativamente en equipo, el 46,7% manifestaron en ocasiones, y un 5% es casi siempre; seguidamente frente a la pregunta de si actúas por iniciativa propia usando tus recursos, en ella el 47,5% manifestaron que lo hacían en ocasiones y un 3,3% era casi nada; respecto a la pregunta de si construyes redes de apoyo, un 30,8% es que lo hacía en ocasiones, y un 5% es que lo hacía siempre; así también en cuanto a la pregunta de si comprendes y satisfaces las necesidades de tu interlocutor, el 31,7% lo hacía en ocasiones y un 2,5%, no lo hacía nunca; respecto a la pregunta de si defines metas o propósitos concretos en tu sueño, el 47,5% es que lo hacían casi siempre, seguido de un 3,3%, es que siempre lo hacía; en cuanto a la pregunta de si se relacionas en los demás, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi siempre con un 40,8% y un 5% para los que manifestaron siempre; en cuanto a la pregunta de si das soluciones fluidas y/o flexibles frente a problemas, en ella se observa que el 33,3% es que lo hacía en ocasiones, en tanto que el 5,8% no lo hacía nunca; para la pregunta de si mantienes vitalidad para desarrollar tus actividades, el 39,2% pertenece a la categoría de casi siempre, seguido de un 2,5% que manifestaron que nunca lo hacían; respecto a la pregunta de si evalúas y corriges las acciones, en ella el 38,3% lo hacen en ocasiones y el 4,2% lo hacía siempre; finalmente para la pregunta de si cumples con los compromisos adquiridos, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron en ocasiones con un 47,5% y el de menor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron la categoría de nada con un 2,5%.

**Tabla 7***Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de realización personal*

	<b>Nada</b>	<b>Casi nada</b>	<b>En ocasiones</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>	<b>Total</b>
Adminstras racionalmente los recursos	10 8,3%	16 13,3%	44 36,7%	33 27,5%	17 14,2%	120 100,0%
Al enfrentarte a un problema consideras que es algo normal en la vida del ser humano.	1 0,8%	25 20,8%	49 40,8%	34 28,3%	11 9,2%	120 100,0%
Atribuyes a ti mismo las causas y consecuencias de tus acciones	13 10,8%	18 15,0%	42 35,0%	38 31,7%	9 7,5%	120 100,0%
Investigas, exploras, curioseas, preguntas	4 3,3%	25 20,8%	43 35,8%	38 31,7%	10 8,3%	120 100,0%
De la solución a problemas pueden surgir nuevos caminos en tu vida	1 0,8%	28 23,3%	54 45,0%	28 23,3%	9 7,5%	120 100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

La tabla 7 describe las frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de realización personal, en ella se observa que para la interrogante de si administras racionalmente los recursos, el mayor porcentaje se encuentra entre los que

manifestaron en ocasiones con un 36,7%, seguidamente entre los que manifestaron la categoría de nada, el 8,3% que es la de menor porcentaje; seguidamente la interrogante de si al enfrentarte a un problema consideras que es algo normal en la vida del ser humano, el mayor porcentaje se encuentra entre la categoría de en ocasiones, en tanto que el de menor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron nada; en cuanto a la pregunta de si atribuyes a ti mismo las causas y consecuencias de tus acciones, el 35% manifestaron que lo hacían en ocasiones, el 7,5% manifestaron que lo hacían siempre; en cuanto a si investigas, exploras, curiosas, preguntas, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron en ocasiones con un 35,8% y el de menor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron que no lo hacían nunca con un 3,3% y finalmente para la pregunta de si de la solución a problemas pueden surgir nuevos caminos en tu vida, según la tabla se observa que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron la categoría de en ocasiones con un 45% y un 0,8% que pertenece a la categoría de nunca.

**Tabla 8**

*Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad creativa*

	Nada	Casi nada	En ocasiones	Casi siempre	Siempre	Total
Crees que es posible dar usos nuevos a lo ya existente	0	28	52	28	12	120
	0,0%	23,3%	43,3%	23,3%	10,0%	100,0%
Te interesa saber cómo funcionan las cosas	0	28	49	32	11	120
	0,0%	23,3%	40,8%	26,7%	9,2%	100,0%
	2	29	42	38	9	120

Prestas atenciones a lo que otros denominan "ideas locas"	1,7%	24,2%	35,0%	31,7%	7,5%	100,0%
Buscas que tus respuestas sean diferentes a la de los demás	0,8%	8,3%	38,3%	37,5%	15,0%	100,0%
	1	10	46	45	18	120

**Fuente:** Elaboración del investigador

La tabla 8 describe las frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad creativa, en ella se observa que para la pregunta de si crees que es posible dar usos nuevos a lo ya existente, el porcentaje más alto se encuentra entre los que manifestaron de la categoría de en ocasiones con un 43,3%, seguidamente un 10% entre los que manifestaron que se daba siempre; en cuanto a la pregunta de si te interesa saber cómo funcionan las cosas, el 40,8% manifestaron que era en ocasiones, seguido de un porcentaje menor que es el de siempre con un 9,2%; en cuanto a la pregunta de si prestas atención a lo que otros denominan "ideas locas", el 35% de los encuestados manifestaron que se daba en ocasiones y el de porcentaje menor es de 1,7% que pertenece a la categoría de nada; finalmente la pregunta de si buscas que tus respuestas sean diferentes a la de los demás, el 38,3% respondieron que se daba en ocasiones y un 0,8% que manifestaron que nunca se daba nada.

**Tabla 9**

*Frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de planificación*

	Nada	Casi nada	En ocasiones	Casi siempre	Siempre	Total
	7	14	25	48	26	120

Visualizas anticipadamente el resultado de tus acciones	5,8%	11,7%	20,8%	40,0%	21,7%	100,0%
Identificas, calculas y controlas los riesgos al emprender las acciones.	0	21	34	41	24	120
	0,0%	17,5%	28,3%	34,2%	20,0%	100,0%
Aplicas controles de calidad (haces bien las cosas).	2	21	49	23	25	120
	1,7%	17,5%	40,8%	19,2%	20,8%	100,0%
Buscas perfeccionarte y superarte como persona	1	14	52	31	22	120
	0,8%	11,7%	43,3%	25,8%	18,3%	100,0%
Buscas y tomas oportunidades para resolver tus demandas o exigencias.	2	17	35	48	18	120
	1,7%	14,2%	29,2%	40,0%	15,0%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

La tabla 9 describe las frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de planificación, muestra en ella que para la pregunta de si se Visualizas anticipadamente el resultado de tus acciones, el porcentaje más alto se encuentra entre los que manifestaron casi siempre con un 40%, seguidamente un 5,8% de los encuestados manifestaron la categoría de nada; en tanto que para la pregunta de si Identificas, calculas y controlas los riesgos al emprender las acciones, en ella el 34,2% manifestaron la categoría de casi siempre, seguido de un 17,5% para la categoría de casi nada; respecto a la interrogante de si Aplicas controles de calidad (haces bien las

cosas), el 40,8% de los encuestados manifestaron en ocasiones y el de menor porcentaje que pertenece a la categoría de nunca con un 1,7%; seguidamente para la pregunta de si buscas perfeccionarte y superarte como persona, el mayor porcentaje que pertenece a la categoría de en ocasiones con un 43,3%, seguido de un menor porcentaje de 0,8% que pertenece a la categoría de nada; Buscas y tomas oportunidades para resolver tus demandas o exigencias, en ella se observa que el de menor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi siempre con un 40% y un menor porcentaje ente los que manifestaron la categoría de nunca con un 1,7%

**Tabla 10**

*Frecuencias y porcentajes para la variable desarrollo de negocios*

	<b>Nada</b>	<b>Casi nada</b>	<b>En ocasiones</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>	<b>Total</b>
Tienes conocimiento acerca de cómo elaborar un plan de negocio	1 0,8%	7 5,8%	47 39,2%	49 40,8%	16 13,3%	120 100,0%
Tienes conocimiento acerca de cómo realizar una investigación de mercado	1 0,8%	7 5,8%	64 53,3%	44 36,7%	4 3,3%	120 100,0%
Tienes conocimientos estadísticos	0 0,0%	4 3,3%	31 25,8%	73 60,8%	12 10,0%	120 100,0%
Tienes los recursos económicos para invertir	2 1,7%	11 9,2%	52 43,3%	52 43,3%	3 2,5%	120 100,0%

A tu al rededor hay apoyo para que emprendas tu negocio propio	0	22	47	47	4	120
	0,0%	18,3%	39,2%	39,2%	3,3%	100,0%
Tienes claramente identificada la idea de negocio	1	5	53	56	5	120
	0,8%	4,2%	44,2%	46,7%	4,2%	100,0%
La propuesta de valor del bien o servicio ofrecido está claramente definida	0	2	31	66	21	120
	0,0%	1,7%	25,8%	55,0%	17,5%	100,0%
Tienes identificado tu segmento de clientes	0	5	24	63	28	120
	0,0%	4,2%	20,0%	52,5%	23,3%	100,0%
Tienes claramente identificado tus fortalezas y debilidades	0	1	23	70	26	120
	0,0%	0,8%	19,2%	58,3%	21,7%	100,0%
Cuentas con el personal técnico y profesional para la ejecución del negocio	0	0	39	69	12	120
	0,0%	0,0%	32,5%	57,5%	10,0%	100,0%
Tienes los procesos de producción claramente establecidos	0	3	40	65	12	120
	0,0%	2,5%	33,3%	54,2%	10,0%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

La tabla 10 describe las frecuencias y porcentajes para la variable desarrollo de negocios, en ella se reconoce que para la pregunta de si tienes conocimiento acerca de cómo elaborar un plan de negocio, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi siempre con un 40,8% y con un menor porcentaje entre los que manifestaron nunca o nada con un 0,8%; en cuanto a la pregunta de si tienes conocimiento acerca de cómo realizar una investigación de mercado, el 53,3% manifestaron que se daba de forma ocasional, en tanto que el 0,8% manifestaron que nunca se daba; en cuanto a la pregunta de si tienes conocimiento estadísticos, el 60,8% contestaron que casi siempre lo tenía, en tanto que el 3,3% era de casi nada; en cuanto a si tienes los recursos económicos para invertir, el 43,3% pertenecen a las categorías de ocasional y casi siempre; en tanto que el 1,7% que pertenece a la categoría de nada; para la pregunta de si a tu alrededor hay apoyo para que emprendas tu negocio propio, el 39,2% pertenece a las categorías de ocasional y casi siempre y el 3,3% manifestaron que siempre lo hacían; respecto a si tienes claramente identificada la idea de negocio, en ella el 46,7% manifestaron que era casi siempre y un 0,8% manifestaron que nunca se daba; en cuanto a la pregunta de si la propuesta de valor del bien o servicio ofrecido está claramente definida, en ella el 55% declaró que se daba casi siempre, seguido de un menor porcentaje que es el de casi nunca; en cuanto a la pregunta de si tienes identificado tu segmento de clientes, el 52,5% manifestaron que casi siempre se daba y un 4,2% que manifestaron casi nunca se daba; respecto a si tienes claramente identificado tus fortalezas y debilidades, el 58,3% manifestaron que esto se daba casi siempre, en tanto que el 0,8% es que casi nunca se daba; para la pregunta de si cuentas con el personal técnico y profesional para la ejecución del negocio, en ella el 57,5% manifestaron que casi nunca se daba, en tanto que el 10% manifestaron que siempre se daba y finalmente la interrogante de si tienes los procesos de producción claramente establecidos, el 54,2% manifestaron que casi siempre se daba y un 2,5% de los encuestados expresaron que casi nunca se daba tal situación.

## Demostración de la hipótesis general

Se ha planteado como hipótesis general lo siguiente:

*El espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021*

**Tabla 11**

*Tabla de contingencia entre la variable desarrollo de negocios y espíritu emprendedor*

		Desarrollo de Negocios			Total
		En ocasiones	Casi siempre		
Espíritu empreendedor	Casi nada	Recuento	11	2	13
		% del total	9,2%	1,7%	10,8%
	En ocasiones	Recuento	41	24	65
		% del total	34,2%	20,0%	54,2%
	Casi siempre	Recuento	15	15	30
		% del total	12,5%	12,5%	25,0%
	Siempre	Recuento	0	12	12
		% del total	0,0%	10,0%	10,0%
	Total	Recuento	67	53	120
		% del total	55,8%	44,2%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

**Tabla 12**

*Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y espíritu emprendedor*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,345	0,074	4,461	0,000
	N de casos válidos	120			

**Fuente:** Elaboración del investigador

Formulación de hipótesis al 5% de error:

- **Hipótesis Nula:** El espíritu emprendedor NO se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021
- **Hipótesis Alternativa:** El espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021

Según la tabla 8 evidencia un valor de significancia de 0,000, lo cual demuestra que es menor al 0,05 o 5% de error establecido, consiguientemente la hipótesis nula queda rechazada y la hipótesis alternativa queda confirmada, es decir que:

El espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021, con un margen de error del 5%.

## **Demostración de las hipótesis específicas**

### **Demostración de la primera hipótesis:**

Se ha planteado lo siguiente:

*La capacidad de relacionarse socialmente se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021*

**Tabla 13**

*Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidades de relacionarse socialmente*

		<b>Desarrollo de Negocios</b>			<b>Total</b>
		<b>En ocasiones</b>	<b>Casi siempre</b>		
Capacidad de relacionarse socialmente	Casi nada	Recuento	14	0	14
		% del total	11,7%	0,0%	11,7%
	En ocasiones	Recuento	33	28	61
		% del total	27,5%	23,3%	50,8%
	Casi siempre	Recuento	20	16	36
		% del total	16,7%	13,3%	30,0%
	Siempre	Recuento	0	9	9
		% del total	0,0%	7,5%	7,5%
	Total	Recuento	67	53	120
		% del total	55,8%	44,2%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

**Tabla 14**

*Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidades de relacionarse socialmente*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,295	0,074	3,812	0,000
	N de casos válidos	120			

**Fuente:** Elaboración del investigador

Formulación de hipótesis al 5% de error:

- **Hipótesis Nula:** La capacidad de relacionarse socialmente, NO se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- **Hipótesis Alterna:** La capacidad de relacionarse socialmente, se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021

Según la tabla 10 evidencia un valor de significancia de 0,000, lo cual demuestra que es menor al 0,05 o 5% de error establecido, consiguientemente la hipótesis nula queda rechazada y la hipótesis alterna queda confirmada, es decir que:

La capacidad de relacionarse socialmente se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.

### **Demostración de la segunda hipótesis:**

Se ha planteado lo siguiente:

*La capacidad de realización personal se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021*

**Tabla 15**

*Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidad de realización personal*

		Desarrollo de Negocios			Total
		En ocasiones	Casi siempre		
Capacidad de realización personal	Nada	Recuento	4	0	4
		% del total	3,3%	0,0%	3,3%
	Casi nada	Recuento	34	24	58
		% del total	28,3%	20,0%	48,3%
	En ocasiones	Recuento	29	15	44
		% del total	24,2%	12,5%	36,7%
	Casi siempre	Recuento	0	14	14
		% del total	0,0%	11,7%	11,7%
	Total	Recuento	67	53	120
		% del total	55,8%	44,2%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

**Tabla 16**

*Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidad de realización personal*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,229	0,083	2,680	0,007
	N de casos válidos	120			

**Fuente:** Elaboración del investigador

Formulación de hipótesis al 5% de error:

- **Hipótesis Nula:** La capacidad de realización personal, NO se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- **Hipótesis Alterna:** La capacidad de realización personal, se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021

Según la tabla 10 evidencia un valor de significancia de 0,007, lo cual demuestra que es menor al 0,05 o 5% de error establecido, consiguientemente la hipótesis nula queda rechazada y la hipótesis alterna queda confirmada, es decir que:

La capacidad de realización personal se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.

### **Demostración de la tercera hipótesis:**

Se ha planteado lo siguiente:

*La capacidad creativa se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021*

**Tabla 17**

*Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidad de creatividad*

		<b>Desarrollo de Negocios</b>			<b>Total</b>
		<b>En ocasiones</b>	<b>Casi siempre</b>		
Capacidad de creatividad	Casi nada	Recuento	22	10	32
		% del total	18,3%	8,3%	26,7%
	En ocasiones	Recuento	40	23	63
		% del total	33,3%	19,2%	52,5%
	Casi siempre	Recuento	5	11	16
		% del total	4,2%	9,2%	13,3%
	Siempre	Recuento	0	9	9
		% del total	0,0%	7,5%	7,5%
	Total	Recuento	67	53	120
		% del total	55,8%	44,2%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador

**Tabla 18**

*Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidad de creatividad*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,306	0,079	3,747	0,000
	N de casos válidos	120			

**Fuente:** Elaboración del investigador

Formulación de hipótesis al 5% de error:

- **Hipótesis Nula:** La capacidad creativa NO se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
- **Hipótesis Alternativa:** La capacidad creativa se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021

Según la tabla 10 evidencia un valor de significancia de 0,000, lo cual demuestra que es menor al 0,05 o 5% de error establecido, consiguientemente la hipótesis nula queda rechazada y la hipótesis alterna queda confirmada, es decir que:

La capacidad creativa se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.

#### **Demostración de la cuarta hipótesis:**

Se ha planteado lo siguiente:

*La capacidad de planificación se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021*

**Tabla 19***Tabla de contingencia entre desarrollo de negocios y capacidad de planificación*

		Desarrollo de Negocios			Total
		En ocasiones	Casi siempre		
Capacidad de planificación	Casi nada	Recuento	27	11	38
		% del total	22,5%	9,2%	31,7%
	En ocasiones	Recuento	36	25	61
		% del total	30,0%	20,8%	50,8%
	Casi siempre	Recuento	4	17	21
		% del total	3,3%	14,2%	17,5%
Total		Recuento	67	53	120
		% del total	55,8%	44,2%	100,0%

**Fuente:** Elaboración del investigador**Tabla 20***Tau b de Kendall para determinar la relación entre desarrollo de negocios y capacidad de planificación*

		Valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0,305	0,080	3,741	0,000
N de casos válidos		120			

**Fuente:** Elaboración del investigador

Formulación de hipótesis al 5% de error:

- **Hipótesis Nula:** La capacidad de planificación NO se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021
  
- **Hipótesis Alterna:** La capacidad de planificación se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021

Según la tabla 10 evidencia un valor de significancia de 0,000, lo cual demuestra que es menor al 0,05 o 5% de error establecido, consiguientemente la hipótesis nula queda rechazada y la hipótesis alterna queda confirmada, es decir que:

La capacidad de planificación se relaciona con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.

## **Discusión**

De los estudios referidos en los antecedentes extraemos sus conclusiones que nos permitan contrastar con la presente investigación. Por citar: (Julie, Castillo, & Carolina, 2009), en su estudio “*Análisis de las competencias de los estudiantes que ingresan a la Universidad Sergio Arboleda*”; lo mejor de las competencias, está en la disposición que ofrece el centro de estudios a través de la utilización de sus recursos de infraestructura, equipos y el talento humano; de donde el objetivo principal es determinar las competencias de los alumnos de la Escuela de Negocios. En esta investigación se concluyó que las competencias se iniciaban dentro de las universidades por medio de herramientas que los centros educativos brindaban como plan de estudios conteniendo las competencias generales y específicas, los coordinadores de cada departamento las clasificaron en dichas competencias, la mayoría de las materias se basaron en fundamentos teóricos. A medida que se avanza en la carrera, se adicionan las competencias y conocimientos anteriores que desarrollo

de nuevas habilidades. Finalmente el estudiante debe concluir la carrera obteniendo la capacidad de comprensión y análisis en cada materia.

(Zorrilla, 2013), en una de sus investigaciones titulada “Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los microemprendimientos juveniles en el distrito de san juan de Lurigancho. Caso: proyecto jóvenes pilas del programa de empleo juvenil de INPET (2007-2009)” identifica cuales fueron las razones que motivaron las iniciativas emprendedoras de los estudiantes que fueron parte del proyecto. Concluye que la potencia de la sostenibilidad del espíritu emprendedor es obtenida a través de contenidos a cerca de las competencias emprendedoras.

De los resultados obtenidos observamos en la tabla 6 muestra las frecuencias y porcentajes para el indicador capacidad de relacionarse socialmente, en ella se observa que para la pregunta de si se identificas tus talentos y los usas para alcanzar tus propósitos, el 45,8% manifestaron casi siempre, en tanto que el menor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi nada con un 6,7%, en tanto que para la interrogante de si Propones nuevas alternativas para alcanzar tus propósitos, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi siempre, en tanto que el 5,8% manifestaron casi nada; así también para la pregunta de si trabajas cooperativamente en equipo, el 46,7% manifestaron en ocasiones, y un 5% es era casi siempre; seguidamente frente a la pregunta de si actúas por iniciativa propia usando tus recursos, en ella el 47,5% manifestaron que lo hacían en ocasiones y un 3,3% era casi nada; respecto a la pregunta de si construyes redes de apoyo, un 30,8% es que lo hacía en ocasiones, y un 5% es que lo hacía siempre; así también en cuanto a la pregunta de si comprendes y satisfaces las necesidades de tu interlocutor, el 31,7% lo hacía en ocasiones y un 2,5%, no lo hacía nunca; respecto a la pregunta de si defines metas o propósitos concretos en tu sueño, el 47,5% es que lo hacían casi siempre, seguido de un 3,3%, es que siempre lo hacía; en cuanto a la pregunta de si se relacionas en los demás, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron casi siempre con un 40,8% y un 5% para los que manifestaron siempre; en cuanto a la pregunta de si das soluciones fluidas y/o flexibles frente a problemas, en ella se observa que el 33,3% es que lo hacía en ocasiones, en tanto que el 5,8% no lo hacía nunca; para la pregunta de si mantienes vitalidad para desarrollar tus actividades, el 39,2% pertenece a la categoría de casi siempre, seguido de un 2,5% que manifestaron que nunca lo hacían;

respecto a la pregunta de si evalúas y corriges las acciones, en ella el 38,3% lo hacen en ocasiones y el 4,2% lo hacía siempre; finalmente para la pregunta de si cumples con los compromisos adquiridos, el mayor porcentaje se encuentra entre los que declararon en ocasiones con un 47,5% y el de menor porcentaje se encuentra entre los que expresaron la categoría de nada con un 2,5%. La tabla 10 muestra las frecuencias y porcentajes para la variable desarrollo de negocios, en ella se observa que para la pregunta de si tienes conocimiento acerca de cómo elaborar un plan de negocio, el mayor porcentaje se encuentra entre los que expresaron casi siempre con un 40,8% y con un menor porcentaje entre los que manifestaron nunca o nada con un 0,8%; en cuanto a la pregunta de si tienes conocimiento acerca de cómo realizar una investigación de mercado, el 53,3% manifestaron que se daba de forma ocasional, en tanto que el 0,8% expresaron que nunca se daba; en cuanto a la pregunta de si tienes conocimiento estadísticos, el 60,8% contestaron que casi siempre lo tenía, en tanto que el 3,3% era de casi nada; en cuanto a si tienes los recursos económicos para invertir, el 43,3% pertenecen a las categorías de ocasional y casi siempre; en tanto que el 1,7% que pertenece a la categoría de nada; para la pregunta de si a tu alrededor hay apoyo para que emprendas tu negocio propio, el 39,2% pertenece a las categorías de ocasional y casi siempre y el 3,3% dijeron que siempre lo hacían; respecto a si tienes claramente identificada la idea de negocio, en ella el 46,7% manifestaron que era casi siempre y un 0,8% declararon que nunca se daba; en cuanto a la pregunta de si la propuesta de valor del bien o servicio ofrecido está claramente definida, en ella el 55% manifestaron que se daba casi siempre, seguido de un menor porcentaje que es el de casi nunca; en cuanto a la pregunta de si tienes identificado tu segmento de clientes, el 52,5% manifestaron que casi siempre se daba y un 4,2% que manifestaron casi nunca se daba; respecto a si tienes claramente identificado tus fortalezas y debilidades, el 58,3% declararon que esto se daba casi siempre, en tanto que el 0,8% es que casi nunca se daba; para la pregunta de si cuentas con el personal técnico y profesional para la ejecución del negocio, en ella el 57,5% declararon que casi nunca se daba, en tanto que el 10% declararon que siempre se daba y finalmente la interrogante de si tienes los procesos de producción claramente establecidos, el 54,2% manifestaron que casi siempre se daba y un 2,5% de los encuestados manifestaron que casi nunca se daba tal situación.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

En forma general el espíritu emprendedor se relaciona al desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia año 2021, con un margen de error del 5% y con una significancia de 0,000.

Sin embargo, para llegar a tal resultado se han planteado hipótesis específicas en las cuales fueron contrastadas y demostradas que:

- **Primero:** Con una significancia de 0,000, es que la capacidad de relacionarse socialmente se vincula con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.
- **Segundo:** Con una significancia de 0,007, es que la capacidad de realización personal tiene relación con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.
- **Tercero:** Con una significancia de 0,000, es que la capacidad creativa tiene relación con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia

2021, con un margen de error del 5%.

- **Cuarto:** Con una significancia de 0,000, es que la capacidad de planificación tiene relación con el desarrollo de negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos Mariátegui, Escuela profesional de Ingeniería Comercial, post pandemia 2021, con un margen de error del 5%.

## 5.2. Recomendaciones

**Primera;** Incentivar y socializar la cultura emprendedora en los alumnos de la carrera profesional de Ingeniería comercial y hacerlo extensivo como académica a los agentes económicos que tengan el propósito de iniciar o emprender un negocio, esto como resultado de la presente investigación.

**Segunda;** Conocedores de la relevancia del emprendimiento como factor que coadyuva a dinamizar la economía del País, donde los negocios consolidados aportan a incrementar los indicadores del Producto Bruto Interno se hace necesario fortalecer las competencias de los estudiantes y agentes económicos para el desarrollo de negocios exitosos

**Tercera;** Impulsar en los docentes de la Universidad el espíritu emprendedor, en el entender que su rol directa o indirectamente, son los transmisores de esta competencia.

**Cuarta;** La realización personal, la capacidad creativa y la capacidad de planificación al tener la relación con el desarrollo de negocios deben ser estimuladas, cultivadas y desarrolladas en las competencias de los emprendedores para lograr negocios exitosos y sostenibles.

## BIBLIOGRAFÍA

- 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). *Gestión del Conocimiento*. 1ra. ed. España. 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*