

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS ECONÓMICAS**



TESIS

Perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas
de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima, 2018

PRESENTADO POR:

Br. CUMPA OLAYA, Armando Diego Junior

Br. MARTINEZ HUATUCO, Iheldy Victoria

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO en ADMINISTRACIÓN

LIMA, PERÚ

2019

DEDICATORIA

A Dios por guiarnos e iluminarnos por el camino correcto, él que en todo momento estuvo con nosotros.

A nuestras madres que han sido un pilar fundamental por enseñarnos que con esfuerzo y constancia todo es posible, les dedicamos esta tesis por todo el apoyo y cariño que nos brindaron en todo momento.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirnos culminar un logro más en nuestras vidas.

En especial a nuestras madres por brindarnos su apoyo incondicional y consejos para hacer de nosotros unas mejores personas.

A nuestro profesor, Mg Edinson Fernández por orientarnos en nuestra investigación.

A nuestro compañero Enmanuel por su colaboración.

A los profesores y estudiantes de administración por su disposición y disponibilidad en nuestra investigación.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
PRESENTACIÓN	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Situación Problemática	1
1.2 Problema de Investigación	2
1.2.1 Problema General	2
1.2.2 Problemas Específicos	2
1.3 Justificación	2
1.3.1 Justificación Teórica	2
1.3.2 Justificación Practica	2
1.4 Objetivos	3
1.4.1 Objetivo General	3
1.4.2 Objetivos Específicos	3
II. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes de la Investigación	5
2.2 Bases Teóricas	9
2.2.1 Definición del perfil del emprendedor	9
A. Emprendedor	9
B. Emprendimiento	11
2.2.2 Dimensiones del Perfil del emprendedor	17
2.2.3 Indicadores de las dimensiones del perfil del emprendedor	19
2.2.4 Teorías	23
2.3 Glosario de Términos	28
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	32
3.1 Hipótesis General	32
3.2 Hipótesis Específicas	32

3.3	Identificación de la Variable	32
3.4	Operacionalización de la Variable	32
3.5	Matriz de Consistencia	34
IV.	METODOLOGÍA	35
4.1	Tipo de Investigación	35
4.2	Diseño de Investigación	35
4.3	Unidad de Análisis	35
4.4	Población de Estudio	35
4.5	Tamaño de la muestra	35
4.6	Selección de la muestra	36
4.7	Técnicas de Recolección de datos.	36
4.8	Procesamiento y análisis de datos	36
V.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	37
5.1	Análisis e interpretación de los resultados	37
5.2	Prueba de hipótesis	50
5.3	Discusión de resultados	56
	CONCLUSIONES	58
	RECOMENDACIONES	59
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60
	ANEXO	65
	Anexo 1	65
	Anexo 2.1	67
	Anexo 3.1	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1.Operacionalización de la variable	33
Tabla 4.1.Distribución de la muestra	36
Tabla 5.1.Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la iniciativa, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	37
Tabla 5.2. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la creatividad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	38
Tabla 5.3. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la motivación, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	39
Tabla 5.4. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las actitudes emprendedoras en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	40
Tabla 5.5. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la planificación, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	41
Tabla 5.6. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la asunción de riesgos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	42
Tabla 5.7. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la estrategia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	43
Tabla 5.8. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las aptitudes emprendedoras, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	44
Tabla 5.9. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la adaptabilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	45
Tabla 5.10. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la fijación de metas, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	46
Tabla 5.11. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración	

de empresas de la UIGV, sobre la perseverancia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	47
Tabla 5.12. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las competencias, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	48
Tabla 5.13. Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre el perfil emprendedor, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.	49
Tabla 5.14 Tabla cruzada de hipótesis general	50
Tabla 5.15 Prueba de chi-cuadrado	51
Tabla 5.16 Tabla cruzada de hipótesis específica 1	52
Tabla 5.17 Prueba de chi-cuadrado	52
<i>Tabla 5.18</i> Tabla cruzada de hipótesis específica 2	53
Tabla 5.19 Prueba de chi-cuadrado	53
Tabla 5.20 Tabla cruzada de hipótesis específica 3	55
Tabla 5.21 Prueba de chi-cuadrado	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 5.1: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la iniciativa, en porcentajes.	37
Figura 5.2: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la creatividad, en porcentajes.	38
Figura 5.3: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la motivación, en porcentajes.	39
Figura 5.4: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las actitudes emprendedoras en porcentajes.	40
Figura 5.5: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la planificación, en porcentajes.	41
Figura 5.6: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la asunción de riesgos, en porcentajes.	42
Figura 5.7: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la estrategia, en porcentajes.	43
Figura 5.8: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las aptitudes emprendedoras, en porcentajes.	44
Figura 5.9: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la adaptabilidad, en porcentajes.	45
Figura 5.10: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la fijación de metas, en porcentajes. .	46
Figura 5.11: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la perseverancia, en porcentajes.	47
Figura 5.12: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las competencias, en porcentajes.	48
Figura 5.13: Resultados de la aplicación del cuestionario de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre el perfil emprendedor, en porcentajes.	49

PRESENTACIÓN

El objetivo de la investigación ha sido determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV, Lima 2018.

La idea que queríamos demostrar es el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresa en sus actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.

El trabajo de investigación consta de 5 capítulos.

El capítulo I corresponde al planteamiento del problema y contiene la situación problemática, el problema de investigación, la justificación y los objetivos.

El capítulo II contiene el marco teórico que comprende los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y el glosario de términos.

El capítulo III da a conocer las hipótesis, identificación y operacionalización de la variable y la matriz de consistencia.

El capítulo IV detalla la metodología, tipo de investigación, diseño de investigación, unidad de análisis, población de estudio, tamaño de la muestra, selección de la muestra, técnicas de recolección de datos, procesamiento y análisis de datos.

El capítulo V comprende la presentación de los resultados, análisis e interpretación de los resultados, prueba de hipótesis y discusión de resultados.

El trabajo se completa con las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y el anexo correspondiente.

No podemos terminar esta breve presentación sin agradecer a todas las personas que de un modo u otro han colaborado para llevar a cabo la investigación.

RESUMEN

Esta investigación se realizó con el objetivo de determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de Empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima 2018, ya que estas características son muy importantes cuando el estudiante inicie una actividad emprendedora y llegue a concretar su idea de negocio.

Se realizó una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal.

La población de la investigación estuvo constituida por 604 estudiantes del III, IV, V, VI, VII, VIII XI y X ciclo académico, lo cual se obtuvo una muestra de 235 estudiantes. Para recolectar los datos, aplicamos la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual estuvo constituido por 27 ítems con escala de valoración de Likert.

Para procesar los datos hemos utilizado el software SPSS Versión 25, para elaborar una base de datos, a partir del cual nos ha permitido describir la variable, sus dimensiones y sus indicadores, hemos establecido las hipótesis y hemos hecho las pruebas de hipótesis que correspondían.

La principal conclusión a que hemos arribado de la investigación, es que, de acuerdo con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresa en sus aptitudes emprendedoras.

Palabras clave: perfil emprendedor, actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.

ABSTRACT

This research was carried out with the objective of determining the entrepreneurial profile of the students of Business Administration of the Inca Garcilaso de la Vega University, Lima 2018, since these characteristics are very important when the student starts an entrepreneurial activity and gets to concrete business idea.

A descriptive, non-experimental and cross-sectional research was carried out.

The research population consisted of 604 students from III, IV, V, VI, VII, VIII XI and X academic cycle, which was obtained a sample of 235 students to collect the data, we applied the technique of the survey and how instrument the questionnaire with which it was constituted by 27 items with a Likert rating scale.

To process the data we have used the software SPSS Version 25, to elaborate a database, from which it has allowed us to describe the variable, its dimensions and its indicators, we have established the hypothesis and we have made the hypothesis tests that corresponded.

The main conclusion that we have arrived at with the research is that, according to the results of the research, it has been demonstrated that the entrepreneurial profile of UIGV students of Business Administration is expressed in their entrepreneurial aptitudes.

Key words: entrepreneurial profile, entrepreneurial attitudes, entrepreneurial skills and competences.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación Problemática

La Universidad Inca Garcilaso de la Vega creada el 21 de diciembre en 1964. Inició sus actividades académicas como Universidad Pedagógica a través de seis Facultades con Decreto Supremo N° 74 y 26-A de diciembre de 1964. Esta casa de estudios brinda sus servicios educativos en sus diez facultades, diecisiete Carreras Profesionales y una Escuela de Posgrado con quince secciones de Maestrías y siete Doctorados.

La facultad de ciencias administrativas y ciencias económicas tiene 50 años de fundación, formando administradores con capacidades, habilidades y destrezas para gestionar organizaciones en un mundo competitivo.

Los estudiantes de administración de la UIGV, cuentan con diferentes habilidades y características emprendedoras los cuales aprendieron y fortalecieron en las aulas de la universidad las mismas que serán un factor clave para su vida profesional y personal.

Hoy en día emprender supone recorrer un camino lleno de dificultades. Tomando en cuenta que cada caso es distinto, de múltiples experiencias y que en cada una de ellas se señalaran problemas diferentes. Sin embargo hay un conjunto de obstáculos que el emprendedor debe conocer y que estos representan los verdaderos problemas para ellos.

Se ha identificado que todos estamos aptos para emprender sin embargo algunos estudiantes fracasan, muchas veces indican que las dificultades financieras, políticas y tributarias, son la razón de su fracaso. En realidad nada de esto es determinante como estas otras situaciones.

El principal obstáculo del emprendedor es dar un modelo de negocio factible, rentable y sostenible. Los estudiantes tienen varias ideas pero no tienen definida una idea concreta; también se observa que copian modelos que consideran que funcionan a otras empresas sin analizar si estas tendrán éxito en sus negocios; se sienten motivados por la oportunidad de emprender, ante una situación de dificultad no continúan con esta misma entrega; también se observa que no elaboran un procedimiento sistemático que incluya todo el proceso de tal forma que todo sea coherente y que les permita estar preparados ante una contingencia; se observa que son temerosos y no muestran entrega en asumir riesgos; realizan sus procedimientos empíricamente sin determinar estrategias que les garanticen cumplir el objetivo; no hay adaptación rápida a los cambios que se da en el mercado; no tienen una buena orientación hacia donde quieren llegar y muestran perseverancia hasta un determinado tiempo ; y ante una dificultad desisten en el proceso de emprender.

1.2 Problema de Investigación

1.2.1 Problema General

¿Cuál es el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV?

1.2.2 Problemas Específicos

1. ¿Cuáles son las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de administración de Empresas de la UIGV?
2. ¿Cuáles son las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV?
3. ¿Cuáles son las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación Teórica

La investigación se justifica porque contribuye al conocimiento de las características emprendedoras para conocer el perfil emprendedor de los

estudiantes, cabe resaltar que el término emprendimiento trae consigo cambios significativos en la actividad empresarial y las sociedades.

En esta investigación se determina las características emprendedoras del perfil emprendedor en los estudiantes de administración de empresas. En cuestión, el soporte teórico de nuestra variable se basa en las teorías de emprendimiento y características de los emprendedores.

1.3.2 Justificación Práctica

La importancia de esta investigación es dar valor al perfil emprendedor de los estudiantes, para que estos sean capaces de emprender y contribuyan en el desarrollo de nuestro país. Por tanto se necesita determinar cuál es el perfil que tienen los estudiantes.

Las personas que emprenden y sobresalen, son las que se diferencian en buscar oportunidades de negocio y asumir riesgos, poseen una actitud de iniciativa. Estas son algunas cualidades donde distintos autores han identificado en las personas emprendedoras: creatividad, independencia, liderazgo, responsabilidad, orientación a las metas y planeación. Incluso cuando el emprendedor cuenta con más o menos características, han existido estudios que se han dedicado a construir un perfil emprendedor.

Determinar el perfil emprendedor en los estudiantes de la carrera de administración de empresas en la UIGV, en un futuro, permitirá crear fuentes de empleo, permitirá llegar a la institución en mención, la realidad actual para rectificar o instruir de manera adecuada el desarrollo de futuro emprendedores y dado el interés por el que se ha elegido este tema de investigación.

Los instrumentos, procedimientos y métodos utilizados para el recojo de la información y el análisis e interpretación de los resultados, son de gran importancia porque esto podrá servirles a otros estudiantes como idea para continuar esta investigación, también poder aplicar en otros estudios similares o influir en una idea similar para alguna otra institución educativa.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Determinar las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.
2. Determinar las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.
3. Determinar las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Delgado y Núñez (2017) en su tesis titulada *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel*, tuvo como objetivo precisar las diferentes competencias desarrolladas por los alumnos, en una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando el método de la encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado a 302 estudiantes, llegando a la conclusión final de que los alumnos de dicha universidad tienen una relación indirecta con el emprendimiento, lo cual se planteó un programa que permita desarrollar las distintas competencias de los estudiantes.

Farfán (2017) en su tesis titulada *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración*, tuvo como objetivo establecer la relación que tienen las capacidades emprendedoras en la formación de las actitudes de los estudiantes para realizar un proyecto de negocio, en una investigación explicativo-descriptiva, de diseño no experimental transversal, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado a 229 estudiantes, llegando a la conclusión que las capacidades emprendedoras tienen relación en la formación de las actitudes tales como iniciativa, creatividad, autoconfianza e innovación de los estudiantes para que estos realicen proyectos de negocio.

Radovich (2017) en su tesis titulada *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*, tuvo como objetivo comprobar si existe una relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas de los estudiantes, en una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal - correlacional, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado a 184 estudiantes, llegando a la conclusión que una gran cantidad de los estudiantes muestran actitudes de emprendimiento óptimas para crear microempresas por la formación obtenida de dicha universidad.

Choque (2017) en su tesis titulada *Factores Personales que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de administración y marketing de la UANCV – Puno, año 2017 – i.*, tuvo como objetivo demostrar que los factores

personales tales como demográficos, sociales, económico y académico influyen en la intención emprendedora de los estudiantes , en una investigación aplicada, con un diseño no experimental y de corte causal - explicativo, utilizando la técnica de la encuesta y como herramienta, el cuestionario aplicado a 137 estudiantes, llegando a la conclusión que los factores personales que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes, lo cual genera una intención de crear sus propias empresas.

Sánchez (2017) en su tesis titulada *Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios*, tuvo como objetivo entender la relación de los rasgos de personalidad y las preferencias en prácticas de negocio sobre las intenciones empresariales, en una investigación correlacional y con un diseño transversal correlacional , utilizando la técnica de la encuesta y como herramienta el cuestionario aplicado a 86 jóvenes emprendedores universitarios de Lima Metropolitana, llegando a la conclusión que los emprendedores muestran una alta intención de emprender y que dichas intenciones se relacionan positivamente con los rasgos de personalidad tales como : agradabilidad, conciencia, estabilidad emocional y apertura a la experiencia .

Pérez (2016) en su tesis titulada *Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Validación en el Campus d' Alcoi de la Universitat Politècnica de València, 2016*, tuvo como objetivo efectuar una propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en tema de emprendimiento universitario, en una investigación descriptiva con un diseño experimental, utilizando la técnica de la encuesta y como herramienta el cuestionario, llegando a la conclusión de implantar un proceso metodológico donde esta pueda permitir a las plataformas de emprendimiento universitarias incurrir en la detección de emprendedores universitarios desde sus perfiles socioeconómicos y psicológicos

Ccapa y Guimac (2016) en su tesis titulada *Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad Peruana Unión y sus filiales, durante el periodo 2016*, tuvo como objetivo precisar el nivel de emprendimiento respecto a las necesidades de logro, planificación y de poder de los estudiantes, en una investigación descriptiva , de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta

y como herramienta, el cuestionario, aplicado a 746 estudiantes, llegando a conclusión que el nivel de emprendimiento es medio con inclinación a mejorar ya que los estudiantes no presentan un alto grado con respecto a la necesidades (logro, planificación y poder) debido a que fueron influenciados por su entorno, y este implica en el desarrollo del emprendimiento en la persona.

Benavides y Tupayachi (2015) en su tesis titulada *Emprendimiento y perfil emprendedor en la escuela profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Periodo 2014-2015*, tuvo como objetivo detallar la situación actual del emprendimiento y mejorar el perfil emprendedor del estudiante ,en una investigación descriptiva, con un diseño longitudinal, utilizando la técnica de la encuesta y como herramienta, el cuestionario, aplicado a 215 estudiantes, llegando a la conclusión que la situación actual del emprendimiento por parte de los alumnos está centrada en el campo laboral , ya que hay más oportunidades de empleo, por ende poseen un perfil de emprendedor medio con las cualidades tales como: por buscar oportunidades, tener iniciativa, fijar metas y también correr riesgos.

Mejía (2015) en su tesis titulada *Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo*, tuvo como objetivo definir la actitud emprendedora a través de conocimientos, habilidades y compromiso que poseen los egresados de dicha carrera , en una investigación exploratoria y cualitativa. La población fue de 476 egresados, de los cuales se seleccionaron 20 de ellos como muestra, llevando a cabo un muestreo no probabilístico hecho por bola de nieve, formando dos grupos: en el grupo “A” 10 Egresados Independientes y en el grupo “B” 10 Egresados Dependientes, utilizando la herramienta de la entrevista para la recolección de información y veracidad de los resultados, llegando a la conclusión que los egresados adquirieron conocimientos a nivel teórico más no práctico, por tanto limitan su potencial al generar ideas para emprender.

Burgos (2013) en su tesis titulada *Evaluación de la formación como emprendedores de los estudiantes de tercero y cuarto año de la facultad de ciencias económicas de la universidad de Guayaquil para mejorar su preparación profesional. Diseño de modulo con enfoque de emprendimiento, 2013*, tuvo como objetivo establecer estrategias necesarias para lograr que los estudiantes presenten un óptimo perfil como emprendedores, en una investigación descriptiva, con un

diseño experimental, utilizando la técnica de la encuesta y como herramienta, el cuestionario, llegando a la conclusión que los estudiantes muestran un desinterés en el tema de emprendimiento, estos no toman en consideración la experiencia académica y profesional y creen ciertas que materias no aportan al desarrollo del emprendimiento

Bonilla & García (2013) en su tesis titulada *Caracterización Del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un Análisis Empírico en la Ciudad de Manizales*, tuvo como objetivo definir las características, tales como personales, sociales y psicológicas del perfil emprendedor de los graduados , en una investigación descriptiva, con un diseño experimental , utilizando la técnica de la encuesta y como herramienta, el cuestionario aplicado a 50 graduados, llegando a la conclusión que los graduados tienen estas características : autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la solidaridad, la necesidad de logro y la minimización de riesgos.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Definición del perfil del emprendedor

A. Emprendedor

Montero (2011) explica que:

El origen de la palabra emprendedor surge con Richard Cantillon (1680-1734) quien escribe la obra “Essai sur la nature du commerce en general”, donde se encuentra por primera vez la palabra “entrepreneur” en su análisis económico.

Entonces, “entrepreneur” es “celui qui entreprend”, una persona activa, con iniciativa; el verbo francés “entreprendre” significa lograr que las cosas se hagan”. Ya para el siglo XVI entrepreneur significaba (1) apoderarse de... “saisi” y (2) sorprender o descubrir “surprende”.

Cantillon divide a los productores de la economía de mercado en dos clases: “los contratados”, quienes reciben salarios o rentas fijas y los “entrepreneurs” que arriesgan y obtienen rentas variables o inciertas. Para él, “entrepreneur” es la persona que asumen riesgos, en condiciones de incertidumbre, por ello es un “explorador” (p. 248).

Landerer (2015) explica que el emprendedor es alguien que tiene una idea innovadora, lucha por llevarla a cabo, esta se convierte en una oportunidad de negocio y la aprovecha al máximo para obtener beneficios.

Longenecker, Moore, Petty y Palich (2007) afirman que los emprendedores son personas que encuentran necesidades insatisfechas y buscan soluciones para poder satisfacerlos en mercado competitivo, además adoptan cualidades como correr riesgos, ímpetu hacia el cambio, innovación y superación en la actividad económica.

Cantillon (como se citó en Moreno, 2016, p. 17) define al emprendedor como «la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende tomando decisiones acerca de la obtención y

uso de recursos, admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento».

Jean-Baptiste Say (como se citó en Moreno, 2016, p. 17) sostiene al:

Emprendedor como un agente económico que une todos los medios de producción, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero, para producir un producto. Mediante la venta del producto en el mercado paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados y el interés del capital. En tanto, su beneficio es el remanente. El emprendedor es el individuo que intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

Peter Drucker (como se citó en Moreno, 2016, p. 18), señala que “un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso”.

El manual de jóvenes emprendedores (2012) sostiene que:

Es alguien que percibe una oportunidad y crea una organización para perseguir esta oportunidad y hacerla suya. Es decir que emprender comprende todas las actividades que se asocia con la percepción de estas oportunidades y la creación de empresas (p.15).

Harper (como se citó en Alcaraz, 2011, p. 2) expresa que el emprendedor se identifica por su autoconfianza, lo que hace para descubrir oportunidades, manejar problemas mediante sus capacidades y poseer habilidades para crear un nuevo concepto de negocio.

Para nuestra investigación definiremos el término emprendedor como aquella persona capaz de percibir una oportunidad ante cualquier situación, detectar problemas en el entorno y convertirla en una idea de negocio, asumiendo riesgos en condiciones de incertidumbre, gracias al aprovechamiento de sus capacidades y habilidades.

B. Emprendimiento

Ramos (2013) explica que es aquella persona que tiene un sacrificio adicional para lograr una meta, además de esto posee una actitud de innovación, creatividad, autoconfianza y capacidad para desarrollar proyectos.

Valera (como se citó en Huaraca y Bolaños, 2017 p. 17) afirma que: “es la actividad personal de un individuo o grupo de individuos que toman la iniciativa, mantienen y crean una unidad de negocio orientada a la producción y distribución de bienes y servicios”.

Landerer (2015) explica que son hechos y comportamientos adquiridos por decisión propia del individuo para convertir su proyecto en realidad.

Reynolds (como se citó en Emprendedor Peruano, 2016 p.13), afirman que : “Todo intento de creación de un nuevo negocio, un nuevo giro de negocio o la expansión de un negocio ya existente, realizado por una persona, o un grupo de personas, o una empresa ya creada”.

Muñoz, Sánchez, Chamilco y Nevado (2012) explican que:

Es un término ambiguo. Tiene un lado positivo, que se refiere al optimismo, la esperanza, la visión positiva sobre el futuro que uno puede construir con sus propias manos, con su propio esfuerzo.

Tiene otro aspecto no tan positivo, que estaría vinculado al empleo individual sin tener derechos laborales o sociales, en el sentido de que la mejor alternativa para obtener los recursos para vivir, tendría que ser la de un trabajo que permitiese tener todos los derechos posibles, desde el principio, ya que para lograr dicha situación las personas estudian o se preparan (p.14).

Reinoso y Uribe (2013) explican que es:

Un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistémico, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes

campos, para su beneficio propio y de su entorno (p.14).

Robert Ronstad, (como se citó en Reinoso y Uribe, 2013 p.17), donde explica que:

Es el proceso dinámico de crear riqueza creciente. Esta riqueza es creada por individuos que asumen los mayores riesgos en términos de capital, tiempo y/o compromiso profesional al proveer valor a algún producto o servicio que puede ser o no ser nuevo o único, donde ese valor debe, en alguna forma, ser proporcionado por el emprendedor, asegurando y asignando las habilidades y recursos necesarios.

Howard Stevenson (como se citó en Moreno, 2016 p.18), afirma que “Es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente”.

Huamaní (2014) define: “Es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos nuevos proyectos” (p.6).

Reynolds (como se citó en GEM, 2017 p.14), define como:

<<cualquier intento de crear nuevos negocios o nuevas empresas , como por ejemplo, el autoempleo, la creación de una organización empresarial , o la expansión de un negocio existente ; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido>>.

De acuerdo a nuestro tema de investigación emplearemos la definición sobre emprendimiento de Landerer (2015).

Importancia del emprendimiento:

Cama (2015) explica que hoy en día, el emprendimiento ha tomado gran importancia debido a la necesidad de que muchas personas quieren alcanzar su independencia y estabilidad económica, además, tener un espíritu emprendedor esto se puede lograr, teniendo en cuenta que no siempre se gana y que siempre hay ciertas situaciones

de incertidumbre.

Amaru (2008) sostiene que el perfil del emprendedor contiene las siguientes características: creatividad y capacidad de implantación; disposición para asumir riesgos; perseverancia, optimismo; sentido de independencia (p.4).

Timmons y Spinelli (como se citó en Longenecker, Moore, Petty y. Palich, 2010 p.21), resumieron la investigación sobre las características de los emprendedores y lo describen como:

Las “actitudes y conductas deseables y obtenibles” en las siguientes seis categorías: 1. Compromiso y determinación. Estos emprendedores son tenaces, asertivos y persistentes en la solución de problemas. 2. Liderazgo. Estos emprendedores inician por sí mismos, son constructores de equipos y se enfocan en la honestidad en sus relaciones de negocios. 3. Tienen obsesión por la oportunidad. Estos emprendedores están conscientes del mercado y las necesidades de los clientes. 4. Tolerancia al riesgo, ambigüedad e incertidumbre. Estos emprendedores aceptan el riesgo, lo minimizan y toleran la incertidumbre. 5. Creatividad, confianza en sí mismos y adaptabilidad. Estos emprendedores son de mente abierta, flexibles, se sienten incómodos con la situación actual y aprenden rápido. 6. Motivación para la excelencia. Estos emprendedores están orientados a metas y son conscientes de sus fortalezas y debilidades.

Landerer (2015) explica que un emprendedor debe tener estas características: Decidido. Disciplinado, Perseverante. Comprometido. Sacrificado. Con actitud positiva. Con fe en sí mismo. Hacedor. Con afán de logro. Creativo. Con visión. Arriesgado. Luchador. No se rinde nunca. John Kao (como se citó en Alcaraz, 2011, p. 3) sostiene que:

La persona emprendedora presenta características específicas en la

cual muestran compromiso, decisión, perseverancia, logro de metas además con iniciativa y actitud de cumplir con las obligaciones en el momento oportuno; así mismo buscando retroalimentación, asumiendo riesgos, con una conducta íntegra y con la capacidad de adaptación al cambio.

La Universidad Nacional Agraria de la Molina (2012) afirman que los Rasgos de un joven emprendedor son:

Tienen una gran fuerza propia, una energía interna que lo movilice más allá de sus actividades de la vida diaria.

Tiene capacidad de transformación y cambio.

Está orientado a la acción, “a hacer”.

Trabajar hasta en los detalles, ya que es responsable de su proyecto y no puede permitirse el lujo de que otros hagan su trabajo.

Es un buscador y un explorador de oportunidades (p. 15).

Asensio y Vázquez (2009) consideran que el espíritu emprendedor está relacionado con la iniciativa y la forma en que se desempeñan, ya que estas personas tienden a tener ideas innovadoras, para ello analizan la situación y ven la forma de realizar nuevas actividades aplicando la creatividad y la adaptación ante alguna situación.

Asimismo considera que los emprendedores tienen un conjunto cualidades personales y sociales (ver anexo 3)

Huamaní (2014). Describe las siguientes características del emprendedor:

Un emprendedor es aquel capaz de convertir una idea en negocio.

Supera obstáculos. Concentra sus energías en el logro de la meta. No teme al fracaso, convierte en experiencia. Aprovecha las situaciones de crisis y prospera en ambiente de depresión. Es solucionador de problemas. Ve una solución para cada problema. Mantiene un ritmo constante de crecimiento y creación (p.6).

En las características del emprendedor nosotros hemos considerado lo que Timmons y Spinelli describen.

Tipos de emprendimiento

Cama (2015) clasifica los tipos de emprendimiento en: 1. Iniciar un negocio propio desde cero. 2. Comprar un negocio en decadencia, renovarlo y relanzarlo. 3. Adquirir una franquicia.

1. Iniciar un negocio propio desde cero

Puedes elegir esta opción si tienes espíritu de fundador, e ir desarrollándolo lentamente , posicionando el producto o servicio y su marca en el mercado , capacitándote aprendiendo a medida que te equivocas ,proyectando el futuro del negocio (p.36).

2. Comprar un negocio en decadencia, renovarlo y relanzarlo

Esta apreciación no siempre es válida, porque existen negocios nuevos que atraviesan una crisis por deficiencias en la gestión. Más de la mitad de las causas de fracaso en las empresas se deben a una inadecuada administración y /o un deficiente mercado que provoca bajas ventas y lleva a la empresa a situaciones de liquidez que la colocan al borde de la crisis. Esa es la oportunidad para adquirir un negocio en operación a un precio razonable, pues al incrementar la exploración de la actividad de la empresa, mediante la incorporación de tecnología administrativa, es factible esperar resultados exitosos (p.38)

3. Adquirir una franquicia

La franquicia es una modalidad de negocio que se realiza mediante un acuerdo comercial y financiero entre dos

empresas: un concesionario que mediante contrato cede sus derechos para que la otra, la franquiciada utilice y explote su formato de negocio a cambio del pago de regalías (p.40)

Reinoso & Hernández (2017) clasifica los tipos de emprendimiento en: empresariales, culturales, deportivos, científicos, sociales, agrícolas, ambientales, asociativos, tecnológicos y comunitarios (p.34-35) (Ver anexo 2.1)

Perspectivas del emprendimiento

Cama (2015) considera cuatro perspectivas sobre el emprendimiento.

Perspectiva del comportamiento:

Esta perspectiva se relaciona con la personalidad de una persona sin tener efecto en un contexto empresarial. Su finalidad es determinar el perfil psicológico de un emprendedor exitoso, donde existen muchos tipos de emprendedores y sus características son muy variadas como las situaciones del entorno en el que se desarrolla. Por lo tanto se debe hacer un análisis del emprendimiento que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno.

Perspectiva Psicológica o Cognitiva

Esta perspectiva se relaciona al conocimiento que tiene una persona con respecto al emprendimiento o ser emprendedor donde se analizan tanto las características como las situaciones en un entorno de incertidumbre.

Perspectiva Económica

Esta perspectiva comprende al emprendedor como dinamizador del desarrollo económico, donde se relaciona con las acciones de un individuo para justificar su maximización de utilidad tanto para su bienestar propio y para la sociedad.

Perspectiva Antropológica

Esta perspectiva comprende al emprendimiento como un modelo de transformación de las fuerzas económicas y sociales, lo que comprueba la importancia del emprendimiento que implica el comportamiento de las personas en conjunto como figura en el avance de la sociedad.

Perspectiva de Procesos

Esta perspectiva explica que una persona conlleva una relación entre su desarrollo y su creación de valor económico en el contexto del emprendimiento, incluyendo sus procesos con las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas para su desarrollo.

2.2.2 Dimensiones del Perfil del emprendedor

Dimensiones del emprendedor:

Thomas Begle (como se citó en Cama, 2015, p.27), considera las siguientes dimensiones del emprendedor: 1.Necesidad del logro. 2. Posición de control. 3. Tolerancia ante el riesgo. 4. Tolerancia ante la ambigüedad. 5. Escasa importancia de la procedencia.

Actitud

Cattell (como se citó en Cloninger, 2003, p. 244), define como “un interés en un curso de acción en una situación dada”.

Myers (como se citó en el Instituto de ciencias y humanidades en Cloninger, 2001, p. 682), explica que: “Las actitudes son creencias o sentimientos que determinan cierta disposición frente a los objetos, las personas y los hechos”.

Kresch (como se citó en el Instituto de ciencias y humanidades, 2001, p. 682), explica que la actitud es un conjunto de valoraciones tanto positivas como negativas de los seres humanos; es decir la manera en que expresan sus sentimientos y además su manera de pensar evaluando en pro o en contra ante una realidad social.

Allport (como se citó en el Instituto de ciencias y humanidades, 2001, p. 682), afirma que:

Es la forma en que expresan sus estados de ánimo, intelectual y neurológico del ser humano ante una circunstancia que se da en la sociedad, y de ahí surge la experiencia y a la vez ejerce una influencia directriz o dinámica en las relaciones individuales, frente a los objetos o situaciones relacionados con los estados anímicos.

Actitud emprendedora:

Reinoso & Hernández (2017) explican que:

Es el comportamiento de una persona, su manera de actuar frente a condiciones internas y externas, que constituyen un estado de ánimo, una personalidad definida por características particulares. En este caso, frente a las oportunidades que brinda su entorno para crear, realizar, sostener y hacer crecer un proyecto emprendedor (p.23)

El Instituto de ciencias y humanidades (2001) afirma que: “Las actitudes son las particularidades átomo-fisiológicas de la personalidad que sirven de base o punto de partida para el desarrollo de las capacidades”. (p.426)

Aptitud

Diccionario de la lengua española (2014) define como:

La capacidad para operar competentemente en una actividad. Cualidad que hace que un objeto sea apto, adecuado o acomodado para cierto fin. Capacidad y disposición para el buen desempeño o ejercicio de un negocio, de una industria, de una arte, etc. Suficiencia o idoneidad para obtener y ejercer un empleo o cargo (p.181).

Competencias

Colardyn (como se citó en Alles, 2010, p.250) define como:

El conjunto de las capacidades demostradas en la vida profesional y

social presente. Las competencias son individuales, son particulares de cada individuo y están íntimamente y dependen del contexto social general, donde el individuo actúa o se desenvuelve y muy especialmente en relación con su campo de actividad, su especialidad y el sector profesional en el cual vive cotidianamente.

Bisquerra y Pérez (como se citó por Bisquerra, 2009, p.143) explica que las competencias son: “La capacidad para movilizar adecuadamente un conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes para realizar actividades diversas con un cierto nivel de calidad y eficacia”.

Las dimensiones que hemos elegido para la investigación son actitud emprendedora de los autores Reinoso & Hernández; aptitud emprendedora y competencias de Alles.

2.2.3 Indicadores de las dimensiones del perfil del emprendedor

Iniciativa

Alles (2010) explica que la iniciativa es la:

Capacidad de actuar proactivamente y pensar en acciones futuras con el propósito de crear oportunidades o evitar problemas que no son evidentes para los demás. Implica capacidad de concretar decisiones tomadas en el pasado y la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas de cara al futuro (p.222).

Creatividad

Alles (2010) explica que es la “Capacidad de idear soluciones nuevas y diferentes dirigidas a resolver problemas o situaciones que se presentan en el propio puesto, la organización y/o clientes, con el objeto de agregar valor a la organización” (p.132).

V.E. Drerdah (como se citó en el Instituto de ciencias y humanidad, 2001, p.478) explica que: “es una capacidad del hombre de producir resultados de pensamiento de cualquier índole, que sean esencialmente nuevos y que eran previamente desconocidos a quien los produjo”.

Reinoso, J. & Hernández, L. (2017) explica que “es una emoción que

se genera en el lado derecho del cerebro, dándole a la persona, la posibilidad de dar respuestas a situaciones imprevistas, de una forma diferente, informal y personal. Es generar soluciones nuevas a problemas diferentes” (p.23).

Motivación

El Instituto de ciencias y humanidades (2001) afirma que “la motivación es un proceso impulsor, generador de conductas y energético de la actividad del sujeto” (p.392).

Alles (2010) explica que son aquellas cosas que una persona considera o desea en forma consistente, motivaciones “dirigen conllevan y seleccionan el comportamiento hacia ciertas acciones u objetos y lo alejan de otros” (p.239).

Dubrin (2008) explica que la motivación tiene dos significados: (1) estado interno que conduce a esforzarse por alcanzar un objetivo y (2) actividad realizada por una persona para lograr que otra haga algo (p.17).

Planificación

Valverde (2009) afirma que es el “proceso de establecer objetivos y determinar los cursos de acción más adecuados para poder alcanzar dichos objetivos con los recursos disponibles y en el tiempo determinado” (p.137).

Alonso y Aguirre (2014) afirman que significa identificar y definir los pasos que se deben lograr para alcanzar un objetivo. Para ello hay que tener presente:

- Los objetivos a lograr.
- Las actividades que se van a desarrollar.
- Los recursos con los que se cuentan y los que harían falta.
- El tiempo.
- Los conocimientos y técnicas necesarias para hacer a actividades.
- Las personas que asumirán las diferentes responsabilidades en su ejecución (p.20).

Villafuerte (2011) explica que “es el nivel de operacionalización de la planeación, por tanto hace referencia más a un problema de método. La planificación es entendida como procedimiento, sin embargo en el mundo actual se tiende a utilizar ambos términos indistintamente” (p.17).

Asunción de riesgos

Dess y Lumpkin (2003) explican “Se refiere a la voluntad de una empresa de aprovechar una oportunidad de negocio aunque no sepa si la iniciativa tendrá éxito – actuar con valentía pese a no conocer las consecuencias” (p.476).

Ramos (2013) afirma que “Todo cambio significa un riesgo y, por tanto, debemos estar preparados para ello. No permitas que ante la primera caída tus buenas intenciones y ganas de salir adelante se pierdan. Ante cada escollo que se encuentre, siempre hay una solución alterna. (p.62)

Alonso y Aguirre (2014) significa evaluar las posibilidades que se tienen de ganar o perder al enfrentar una situación por ello vale la pena tomar en cuenta la siguiente:

- Tiempo: las oportunidades duran poco tiempo, pero precipitarse y decidir por la presión del tiempo traerá consecuencias desagradables.
- Estudiar la situación: evaluar los pros y los contras, y calcular las posibilidades de éxito.
- Aprender de los otros: buscar información sobre casos similares y analizar las razones por las que se tuvieron éxito o fracasaron.
- Decidir y actuar: la impulsividad es tan negativa como esperar que todo sea perfecto y libre de riesgo para actuar. Si ya se toma una decisión hay que actuar cuando llegue la oportunidad (p.20).

Estrategia

Amaru (2008) afirma que “La estrategia define la dirección de la compañía y la forma de competir con otras empresas” (p.58).

Thompson y Strickland (2001) define a la estrategia como:

El patrón de acciones y de enfoques de negocios que emplean los administradores para complacer a los clientes , crear una posición de mercado atractiva y lograr los objetivos organizacionales, la estrategia real de una compañía es en parte planeada y en parte reduce las circunstancias cambiantes (p.26).

Adaptabilidad

Alles (2010) afirma que es la “Capacidad para comprender y apreciar perspectivas diferentes, cambiar convicciones y conductas a fin de adaptarse en forma rápida y eficiente a diversas situaciones, contextos, medios y personas” (p.225).

Fijación de metas

Alonso y Aguirre (2014) explican que “es el fin al que se dirigen las acciones de una persona, es lo que pretende conseguir. Las metas marcan el rumbo hacia dónde vamos. Fijar metas permite tomar mejores decisiones (p.22)

Bateman y Snell (2009) explican que es:

Establecer metas propias funciona para todos: es una poderosa herramienta de autoadministración. Hay que ponerse metas; no conformarse con esforzarse mucho o con tener esperanzas. Hay que hacer una declaración de propósitos para uno mismo que incluya tres elementos: una visión distante e inspiradora, una meta a mediana distancia en el camino (válida por sí mismo) y objetivos de corto plazo para comenzar a trabajar de inmediato (p.474).

Perseverancia

V.E. Drerdah (como se citó en el Instituto de ciencias y humanidad, 2001, p.412) explica que: “Es la cualidad de mantener constante la energía

y el impulso hacia la consecución de los objetivos, pese a los obstáculos los obstáculos o dificultades que en el proceso vayan apareciendo”.

Alonso y Aguirre (2014) expresan que significa mantener la constancia hasta lograr la meta fijada.

La persona perseverante realiza las actividades necesarias para lograr lo que ha decidido, a pesar de las dificultades internas o externas.

El emprendedor perseverante comienza cada día con el mismo empeño y energía que el primer día. Sabe que las metas se consiguen paso a paso, por ello rechazan el desánimo y aunque la meta sea lejana, sabe esperar. (p.19).

2.2.4 Teorías

Las teorías más importantes sobre del emprendedor son:

Teorías del Emprendimiento

Las teorías que consideramos para nuestra investigación son:

Teoría de Albert Shapero

Albert Shapero (como se citó en Macías y Parada 2013, p.29-30) explican que esta teoría valora a una persona emprendedora cuando tiene iniciativa y acepta los riesgos de probables pérdidas. Para que este entre al contexto empresarial se requieren cinco pasos fundamentales: Toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa y toma de riesgos. A su vez debe estar en relación con factores internos propios del individuo tales como factores socio psicológicos, factores psicológicos, factores situacionales, factores económicos.

Teoría de Alan Gibbs

Alan Gibbs (como se citó en Macías y Parada 2013, p31) explican que este modelo consta de etapas que sirven como guía al emprendedor para la creación de una empresa que comienza con la identificación de la escala de operación, la identificación de los

recursos necesarios, la negociación y la entrada al mercado, el nacimiento y la supervivencia de la empresa. También se considera en este modelo cuatro componentes básicos que permiten el éxito en el ámbito empresarial que son:

- La motivación y determinación que adquiere propiamente el individuo
- La idea y el mercado que se refiere a si es posible realizar el proyecto.
- El recurso. Es el factor económico para la consecución de recursos para el éxito del negocio.
- El componente de habilidades. Que se relaciona con el conocimiento, las experiencias y competencias que el emprendedor necesita para poder dirigir con éxito su negocio.

Teoría de David McClelland

McClelland (como se citó en Macías y Parada 2013, p.31-32) explican que esta teoría plantea tres variables motivadoras en una persona tales como afiliación, poder y logro, estos factores son de vital importancia para el ser humano para hacer frente a diversas y situaciones complejas que enfrenta la vida. En este caso la variable logro es una de las características importantes de los emprendedores, ya que se define como la aspiración a lograr algo posible para su propia causa.

El modelo de Jeffrey Timmons

Jeffrey Timmons (como se citó en Macías y Parada 2013, p.32-33) explica que este modelo se compone en tres claves para transformar una idea de negocio en un emprendimiento con éxito. Estos componentes se relacionan entre sí para una mayor efectividad en las ideas para que se conviertan en oportunidades. El mercado, donde se busca una oportunidad de negocio para luego tratar de

solucionarlo. Las personas, donde se encuentra el emprendedor con su equipo de trabajo y los recursos, que se necesitan para llevar a cabo los distintos planes.

Teorías de La Escuela Económica

Joseph Alois Schumpeter (como se citó en Moreno, 2016, p. 17) expone que “los emprendedores son innovadores que buscan destruir el statu quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios”.

Cantillon y Turgot (como se citó en Osorio, Murillo y Hernán, 2015, p.24) afirman:

La escuela económica reconoce por primera vez la participación de un individuo con unas funciones específicas. Por otro lado, en el pensamiento económico clásico, Richard Cantillon plantea por primera vez el término entrepreneur, con el objetivo de identificar a un individuo diferente al productor de la economía de mercado con salarios o rentas fijas conocido como contratado. Este nuevo productor emprende de manera activa y con iniciativa, asume riesgos tiene cierto nivel de incertidumbre he identifica ganancias no fijas e inciertas. Esta idea asocia al emprendedor, al manejo de recursos y al riesgo. Por su parte, Jacques Turgot, de la misma escuela, menciona que el emprendedor asume riesgos respaldado en la proporción de capital empleado.

Say (como se citó en Osorio y otros, 2015, p.24) plantea que:

El emprendedor es un trabajador superior, y revela una diferencia radical entre el capitalista y el emprendedor; igualmente, atribuye al emprendedor la capacidad de la superintendencia y la administración, ya que existe la posibilidad de unir y combinar los

medios de producción para construir un ente productivo.

Kirzner (como se citó en Osorio y otros, 2015, p.24) define:

Como aquel que mantiene alerta a los cambios y condiciones de ineficiencia del mercado. Pero para conseguir esto el emprendedor requiere información para reducir la ineficiencia; en sus propias palabras: “en toda acción humana está presente un elemento que, aunque es crucial para la actividad economizante en general, no se puede analizar en términos de economía, maximización o con criterios de eficiencia”.

Teoría de Andy Freire:

Andy Freire (como se citó en Reinoso & Hernández 2017) propone

La teoría del triángulo invertido, Figura 2, en la que “todo proceso emprendedor combina tres componentes: la idea, el capital y el emprendedor”.

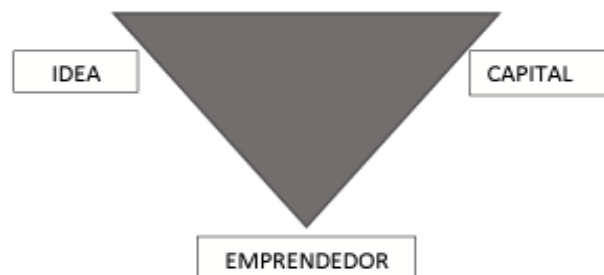


Figura 2. Teoría del triángulo invertido. Tomado de Freire (2005)

El triángulo se apoya en el emprendedor, como eje principal y fundamental del emprendimiento, quien para hacer realidad su emprendimiento requiere dos componentes adicionales que son la idea de emprendimiento, con viabilidad de mercado y su financiación mediante el tercer elemento que es el capital. Cuando un emprendimiento no se realiza, la falla está en una o más de las variables del triángulo. De la actitud del emprendedor depende,

principalmente que el emprendimiento se lleve a cabo, por eso, la definición de emprendedor se completa cuando se consiguen los resultados descritos en un proyecto. Existen más probabilidades, que el emprendimiento fracase por parte del emprendedor, que por la idea y el capital (p.17).

Teoría de Shapero y Sokol

Shapero y Sokol (como se citó en Osorio, Murillo y Hernán ,2015 p. 31) propone un proceso emprendedor el cual:

Consta de cuatro momentos, propios de un modelo lineal: el primero ocurre cuando el emprendedor hace un cambio en la trayectoria de vida, y se conoce como el desplazamiento, y en él se dan hechos que permiten desacomodamientos de la existencia del individuo que lo incitan a realizar una acción. El segundo momento es la intención, la cual depende del nivel educativo, de sus experiencias y sus capacidades. El tercer momento es la factibilidad, que ocurre cuando el individuo emprendedor cree en su proyecto de forma realista y se cree capaz de llevarlo a cabo. El último momento es la disponibilidad de recursos, en el cual el individuo planteará sus metas en pro de buscar, en su entorno, los necesarios para hacer realidad su proyecto emprendedor.

Gibb y Ritchie (como se citó en Osorio y otros ,2015 p. 31); propone otro proceso emprendedor el cual:

Da inicio cuando el individuo, dadas las influencias y barreras distales y proximales, y en general el contexto que lo afecta, lo motiva y compromete con una acción emprendedora. Una vez el emprendedor establece este momento, el individuo manifiesta una idea, contrastándola con el mercado. Validada la viabilidad del

proyecto debe ser capaz el emprendedor de conseguir y asignar adecuadamente los recursos necesarios para el nuevo emprendimiento, el cual requerirá de las habilidades propias que garanticen la gestión y propendan al crecimiento de dicho emprendimiento.

2.3 Glosario de Términos

Acumulación de recursos. Es el proceso de determinación de los recursos necesarios y su asignación (Macías y Parada, 2013, p.30)

Administración. Es el proceso que permite dar la organización y dirección a la nueva empresa para llevarla a cabo. (Macías y Parada, 2013, p.30)

Autonomía relativa. Es la libertad que se entrega para la toma de decisiones dentro de la empresa ya creada. (Macías y Parada, 2013, p.30)

Calidad. Es una característica fundamental de los productos y de los negocios determinada por ciertos criterios que dan la seguridad de lo que se está adquiriendo es un buen producto. (Valverde, 2009, p.131)

Capacidades. Es el conocimiento y la disposición de la persona para hacer bien una tarea. (Valverde, 2009, p.131)

Competencia. Es un conglomerado interrelacionado de conocimiento, habilidades y capacidades que necesita una persona para ser efectiva (Hellriegel y Slocum, 2009, p.7).

Constancia del emprendedor. Es la constancia vinculada con la productividad, los valores ganados en el mercado, la prosperidad y la felicidad (Pérez y Aranda, 2009, p. 11).

Creatividad y capacidad de implantación del emprendedor. Es una persona que tiene la capacidad de idear y realizar cosas nuevas. Piense en cualquier individuo emprendedor que usted conozca y lo identificara por la capacidad de imaginar y hacer que las cosas sucedan (Amaru, 2008, p. 4).

Disposición para asumir riesgos. Es tener la certeza sobre los gastos: la inversión inicial en las instalaciones, las rentas, los salarios y los impuestos, significa tener el valor de enfrentar la posibilidad de un fracaso o pérdida. (Amaru, 2008, p.4).

Empresa. Es una entidad que ejerce una actividad económica,

independientemente de su forma jurídica (Urbano y Toledano, 2008, p.196).

Entorno. Es un conjunto de factores externos relacionados con la actividad emprendedora. Es general cuando tiene influencia sobre todas las empresas de un país o región o, específico cuando la influencia, es sobre las empresas de un sector o industria. (Reinoso, J. & Hernández, p.24)

Escasa importancia de la procedencia .Es el principio que tienen la mayoría de los emprendedores sean inmigrantes o proceden de familias pobres, algunos con muy poca formación escolar, otros que han dejado la universidad .Las personas que triunfan llegan por todos los caminos de la vida y proceden de todos los niveles de educación formal, desde analfabetos hasta doctores (Cama, J.2015, p.27)

Factores económicos. Es el conjunto de habilidades y destrezas aprendidas por medio de la experiencia. Guardan relación con la habilidad personal para identificar y conseguir los recursos requeridos para que el proyecto sea un éxito (Macías, G. y Parada, L.2013, p.30)

Factores psicológicos individuales. Es el conjunto de atributos de la personalidad del ser humano relacionados con valores culturales que fundamentan conductas como autonomía, autosuficiencia, independencia, decisión para actuar, disposición interna, etc., y se construyen a través del contacto con sus allegados y el entorno social y general (Macías, G. y Parada, L.2013, p.30)

Factores situacionales. Es el conjunto de desplazamientos sufridos por el empresario, entendidos los desplazamientos no solo como los movimientos geográficos sino también como los cambios de vida sufridos por el ser humano, bien sean positivos (una invitación realizada por alguien) o negativos (la pérdida del empleo) (Macías, G. y Parada, L.2013,p.30).

Factores socio psicológicos. Es el factor donde el emprendedor está convencido de que su acción es posible y de que tendrá éxito en la empresa que creará. En este factor adquieren importancia los testimonios recibidos y las características adquiridas mediante los procesos formativos (Macías, G. y Parada, L.2013, p.30)

Habilidad. Es una destreza que posee una persona concreta para desarrollar un objetivo específico o enfrentarse a una particular situación (Urbano y Toledano, 2008, p.197).

Innovación. Es la acción de introducir, o producir algo novedoso, alguna idea, método instrumento, modos de pensar en: negocios, servicios, de entrar al

mercado, de producir, de formar u organizar, solucionar problemas, realizar adaptaciones y modificaciones de bienes y servicios destinados a solucionar necesidades o generar nuevas (Rodriguez,1993,p.154).

Liderazgo. Es el proceso de desarrollar ideas y una visión , de vivir conforme a los valores que apoyan esas ideas y esa visión, de influir en terceros para que los adopten en su propio comportamiento y de tomar decisiones difíciles sobre los recursos humanos y otros (Hellriegel y Slocum,2009,p.262).

Meta. Es el objetivo, fin o resultado final que se espera alcanzar al terminar una tarea o una actividad programada (p.597)

Necesidad del logro Es el impulso que lleva a controlar a otras personas o influir en ellas, a conseguir que adquieran un comportamiento que no tendrían de forma natural (Chiavenato, I.2009, p.246).

Percepción. Es el proceso que siguen las personas para seleccionar, organizar, interpretar y responder a la información que les llega del mundo que las rodea” (Hellriegel y Slocum, 2009, p.68).

Perseverancia y optimismo. Es el compromiso que tiene el emprendedor con su prosperidad, sabe que la supervivencia depende de la persistencia de su esfuerzo para enfrentar riesgos y dificultades (Amaru, 2008, p.5).

Personalidad. Es la suma total de todas las formas de actuar, pensar y sentir que son típicas de una persona y la hacen diferente de todos los otros individuos (Lahey, 2007, p.320)

Posición de control. Es la capacidad que tienen los emprendedores que creen que el hombre no nace con destino, sino que el destino es plausible de construirse (Cama, J.2015, p.27)

Recursos. Es un conjunto de medios (personas, conocimientos, capacidades, bienes, tecnología, dinero) necesarios para el desarrollo de una empresa u organización. (Valverde, 2009, p.139)

Sentido de independencia del emprendedor Es aquella persona que prefiere depender de su capacidad de enfrentar la incertidumbre que trabajar para otros. Son autónomos y mantienen sus puntos de vista aun frente a la oposición o resultados desalentadores; asimismo, expresan confianza en su capacidad de completar tareas difíciles y enfrentar desafíos (Amaru, 2008, p. 5)

Tolerancia ante el riesgo. Es la característica que tienen los emprendedores que corren riesgos moderados, obtienen riesgos moderados, obtienen rendimientos

más altos sobre los activos, que aquellos que no los corren (Cama, 2015, p.27)

Tolerancia ante la ambigüedad. Es la característica que tienen los emprendedores que enfrentan mayor ambigüedad, pues quizá estén haciendo cosas por primera vez y sin mayores antecedentes; que hacerlos mal, podría costarles su futuro (Cama, 2015, p.27)

Toma de iniciativa. Es la decisión de identificar y explotar una oportunidad (Macías y Parada, 2013, p.30)

Toma de riesgo. Es la disposición a enfrentar las recompensas o pérdidas producidas por el negocio. (Macías y Parada, 2013, p.30)

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis General

El perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresa en sus actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.

3.2 Hipótesis Específicas

1. Las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su iniciativa, creatividad y motivación.
2. Las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su planificación, asunción de riesgos y estrategia.
3. Las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su adaptabilidad, fijación de metas y perseverancia.

3.3 Identificación de la variable

Perfil emprendedor. Es un conjunto de actitudes, aptitudes y competencias que tiene una persona para detectar un problema y/o identificar una oportunidad de negocio para luego convertirla en una idea de negocio y ponerla en marcha en un entorno competitivo y de incertidumbre.

3.4 Operacionalización de la Variable

Perfil emprendedor. Para operacionalizar esta variable la hemos descompuesto en las siguientes dimensiones: actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.

Para medir las actitudes emprendedoras, hemos utilizado los siguientes indicadores: iniciativa, creatividad y motivación

Para medir las aptitudes emprendedoras hemos utilizado los siguientes indicadores: planificación, asunción de riesgos y estrategia.

Para medir las competencias hemos utilizado los siguientes indicadores: adaptabilidad, fijación de metas y perseverancia.

La tabla 3.1 sintetiza la operacionalización de las variables.

Tabla 3.1
Operacionalización de la Variable

Variable	Dimensiones	Indicadores
Perfil Emprendedor	Actitudes Emprendedoras	Iniciativa
		Creatividad
		Motivación
		Planificación
		Asunción de riesgos
	Aptitudes emprendedoras	Estrategía
		Adaptabilidad
		Fijación de metas
		Perseverancia
		Competencias

3.5 Matriz de Consistencia

Perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2018

Objeto de estudio	Problemas de investigación	Objetivos de investigación	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Método
Los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la UIGV	Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Perfil Emprendedor	Actitudes Emprendedoras	Iniciativa	Una vez aplicado el cuestionario, hemos utilizado el software SPSS Versión 25, para crear una base de datos, la que nos ha permitido describir la variable, sus dimensiones y los indicadores de la investigación.
	¿Cuál es el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de Empresas de la UIGV?	Determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.	El perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de empresas de la UIGV se expresa en sus actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.			Creatividad	
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Motivación	
	1. ¿Cuáles son las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV?	1. Determinar las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.	1. Las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su iniciativa, creatividad y motivación.		Aptitudes emprendedoras	Planificación	
	2. ¿Cuáles son las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV?	2. Determinar las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.	2. Las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su planificación, asunción de riesgos y estrategia.			Asunción de riesgos	
	3. ¿Cuáles son las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV?	3. Determinar las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV.	3. Las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su adaptabilidad fijación de metas y perseverancia.			Estrategia	
					Competencias	Adaptabilidad	
			Fijación de metas				
			Perseverancia				

IV. METODOLOGÍA

4.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación es descriptivo. Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que tal investigación busca determinar atributos, cualidades de personas, comunidades, objetos o cualquier otro evento que se someta a un estudio. En efecto, en nuestra investigación hemos tratado de determinar el perfil emprendedor.

4.2 Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es no experimental. Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que tales estudios no se manipulan y solo se observan los sucesos tal como se dan en su contexto natural .Y de corte transversal. Bernal (2010) lo define “como aquella en la cual se obtiene información del objeto de estudio (población o muestra) una única vez en un momento dado” (p.123).

En efecto no hemos manipulado la variable y los datos lo hemos recopilado en un momento único, aplicando un cuestionario.

4.3 Unidad de Análisis

La unidad de análisis de esta investigación es un estudiante de administración de empresas de la UIGV

4.4 Población de Estudio

El objeto de estudio está constituido por 604 alumnos matriculados del tercero al décimo ciclo.

4.5 Tamaño de la muestra

Para establecer el tamaño de la muestra hemos utilizado la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Dónde: n es el tamaño de la muestra

z es el valor estandarizado de la variable

p es la probabilidad de acertar

q es la probabilidad de no a acertar

e es el error permitido

Para un nivel de significación (α) del 5 %, podemos considerar los siguientes valores para las variables de la fórmula:

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

De donde resulta que n es 384.16.

Luego se ajustó al tamaño de la población (604), a través de la siguiente fórmula:

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

Obteniéndose como resultado un valor ajustado de $n_0 = 235.1$, que redondeado quedó en 235.

4.6 Selección de la muestra

La selección de la muestra se ha elegido, teniendo en cuenta la importancia relativa de los alumnos por ciclo, tal como se muestra en la tabla 4.1.

Tabla 4.1

Distribución de la muestra

Ciclos	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	Total
Estudiantes	76	76	75	76	75	76	75	75	604
Tasa	0.13	0.13	0.12	0.13	0.12	0.13	0.12	0.12	1.00
n_i	28	29	31	28	28	29	30	32	235

4.7 Técnicas de Recolección de datos

La técnica utilizada ha sido la encuesta.

4.8 Procesamiento y análisis de datos

Una vez aplicado el cuestionario, hemos utilizado el software SPSS Versión 25, para crear una base de datos, la que nos ha permitido describir la variable, sus dimensiones y los indicadores de la investigación.

V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Análisis e interpretación de resultados

5.1.1 Resultados sobre las actitudes emprendedoras

A. Resultados sobre la iniciativa

En la tabla 5.1 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega (UIGV), sobre la iniciativa, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.1

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la iniciativa, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	4	1.7	2.1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	5.1	7.2
De acuerdo	111	47.2	54.4
Totalmente de acuerdo	107	45.5	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.1: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (47.2 %) de encuestados se encuentran de acuerdo con que los estudiantes muestran iniciativa al realizar una actividad emprendedora, el 45.5 % se encuentran totalmente de acuerdo, el 5.1 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 1.7% se encuentran en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.1.

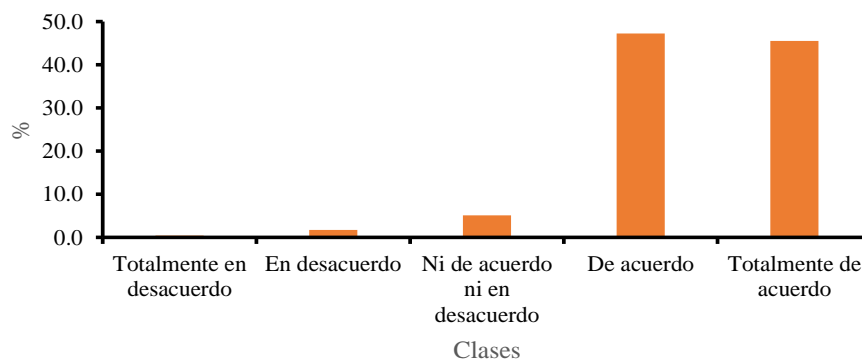


Figura 5.1 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la iniciativa en porcentajes

B. Resultados sobre la creatividad

En la tabla 5.2 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la creatividad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.2

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la creatividad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	1	0.4	0.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	6.8	7.7
De acuerdo	105	44.7	52.3
Totalmente de acuerdo	112	47.7	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.2: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (47.7 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes aplican la creatividad al realizar una actividad emprendedora, el 44.7 % se encuentran de acuerdo, 6.8 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.4 % se encuentran en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.2.

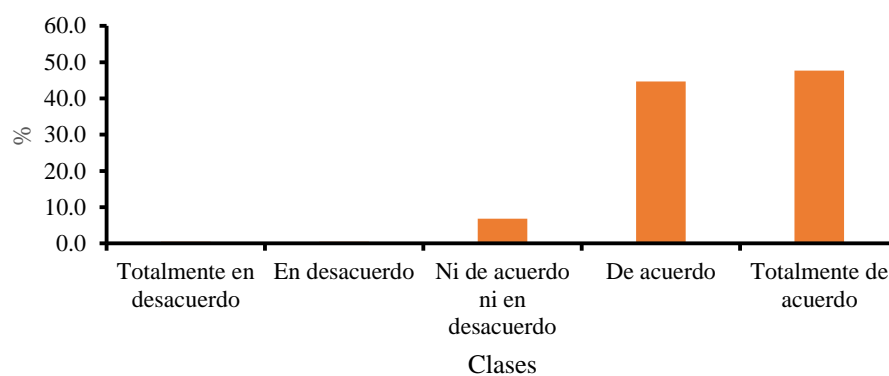


Figura 5.2 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la creatividad en porcentajes

C. Resultados sobre la motivación

En la tabla 5.3 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la motivación, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.3

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la motivación, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	2	0.9	1.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	6.0	7.2
De acuerdo	106	45.1	52.3
Totalmente de acuerdo	112	47.7	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.3: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (47.7 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes se sienten motivados al realizar una actividad emprendedora, el 45.1 % se encuentran de acuerdo, el 6.0 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.9 % se encuentran en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.3.

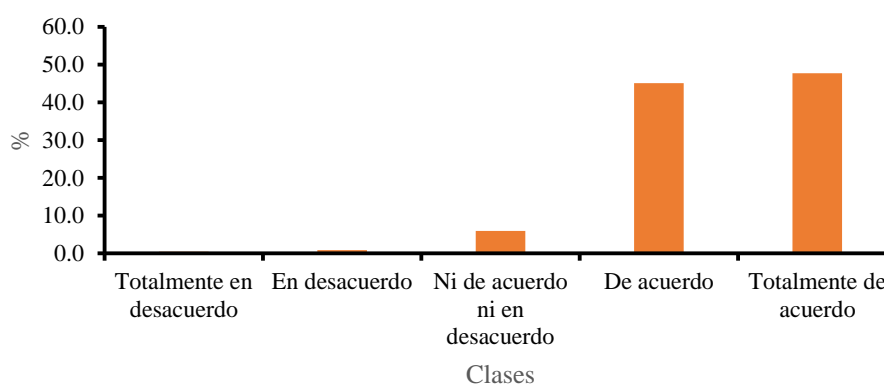


Figura 5.3 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la de la UIGV, sobre la motivación en porcentajes

D. Resultados sobre las actitudes emprendedoras

En la tabla 5.4 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las actitudes emprendedoras, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.4

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las actitudes emprendedoras, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2.6	3.0
De acuerdo	67	28.5	31.5
Totalmente de acuerdo	161	68.5	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.4: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (68.5 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes presentan actitudes emprendedoras, el 28.5 % se encuentran de acuerdo, el 2.6 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo tal como se muestra en la figura 5.4.

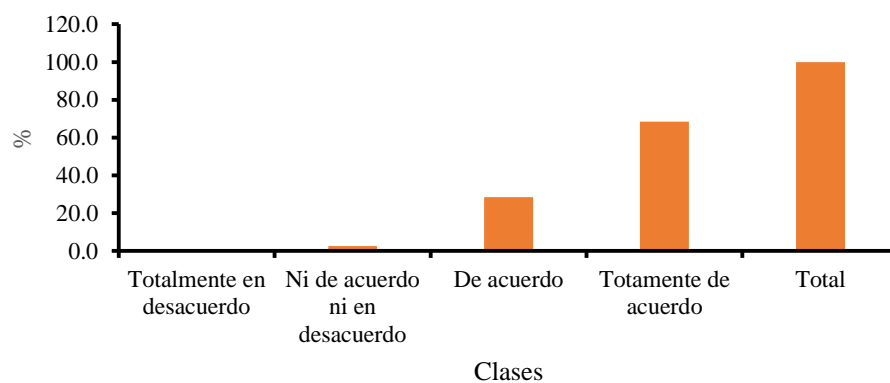


Figura 5.4 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las actitudes emprendedoras en porcentajes

5.1.2 Resultados sobre las aptitudes emprendedoras

A. Resultados sobre la planificación

En la tabla 5.5 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la planificación, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.5

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la planificación, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	6	2.6	2.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	19.1	21.7
De acuerdo	121	51.5	73.2
Totalmente de acuerdo	63	26.8	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.5: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (51.5 %) de encuestados está de acuerdo con que los estudiantes se planifican al realizar una actividad emprendedora, el 26.8 % se encuentran totalmente de acuerdo, el 19.1 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 2.6 % se encuentran en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.5

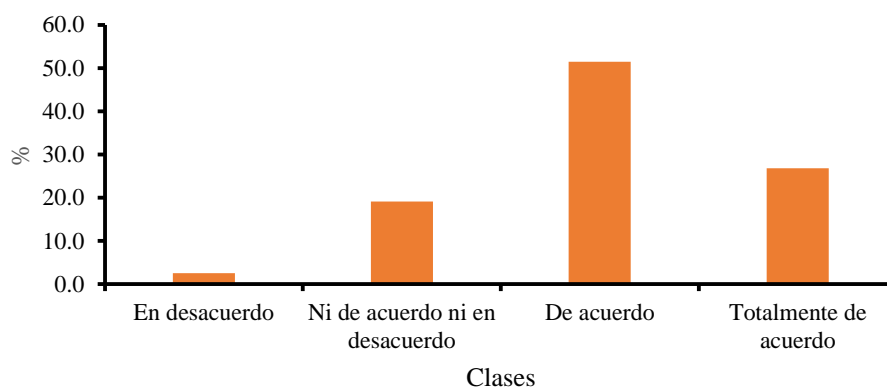


Figura 5.5 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la planificación en porcentajes

B. Resultados sobre la asunción de riesgos

En la tabla 5.6 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la asunción de riesgos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.6

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la asunción de riesgos, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	10.6	11.1
De acuerdo	122	51.9	63.0
Totalmente de acuerdo	87	37.0	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.6: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (51.9 %) de encuestados se encuentran de acuerdo con que los estudiantes asumen riesgos al realizar una actividad emprendedora, el 37 % se encuentran totalmente de acuerdo, el 10.6 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.6.

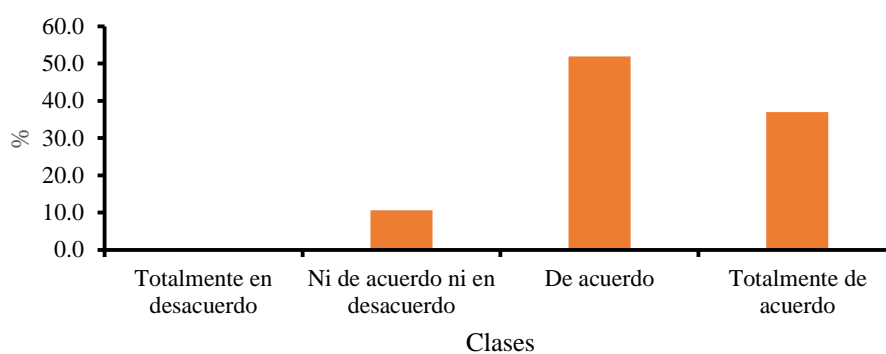


Figura 5.6

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la asunción de riesgos en porcentajes

C. Resultados sobre la estrategia

En la tabla 5.7 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la estrategia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.7

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la estrategia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	0.9	0.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	8.5	9.4
De acuerdo	133	56.6	66.0
Totalmente de acuerdo	80	34.0	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.7: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (56.6 %) se encuentran de acuerdo con que los estudiantes aplican estrategias en una actividad emprendedora, el 34 % se encuentran totalmente de acuerdo, el 8.5 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.9 % se encuentran en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.7.

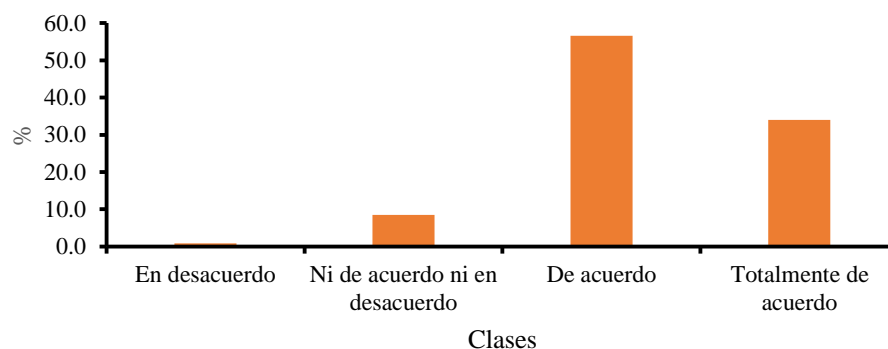


Figura 5.7
Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la estrategia en porcentajes

D. Resultados sobre las aptitudes emprendedoras

En la tabla 5.8 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las aptitudes emprendedoras, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.8

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las aptitudes emprendedoras, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	4.3	4.3
De acuerdo	109	46.4	50.6
Totalmente de acuerdo	116	49.4	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.8: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (49.4 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes presentan aptitudes emprendedoras, el 46.4 % se encuentran de acuerdo y el 4.3 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.8.

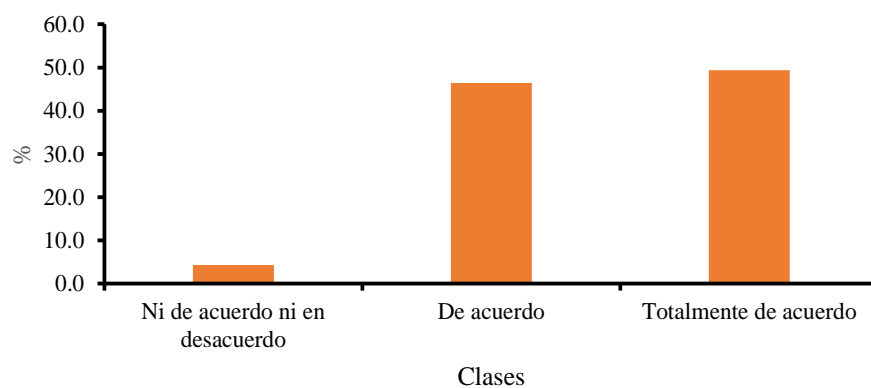


Figura 5.8 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las aptitudes emprendedoras en porcentajes

5.1.3 Resultados sobre Resultados sobre las competencias

A. Resultados sobre la adaptabilidad

En la tabla 5.9 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la adaptabilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.9

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la adaptabilidad, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	1	0.4	0.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	6.0	6.8
De acuerdo	106	45.1	51.9
Totalmente de acuerdo	113	48.1	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.9: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (48.1 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes se adaptan a distintas situaciones al realizar una actividad emprendedora, el 45.1 % se encuentran de acuerdo, el 6.0 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.4 % se encuentran en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.9.

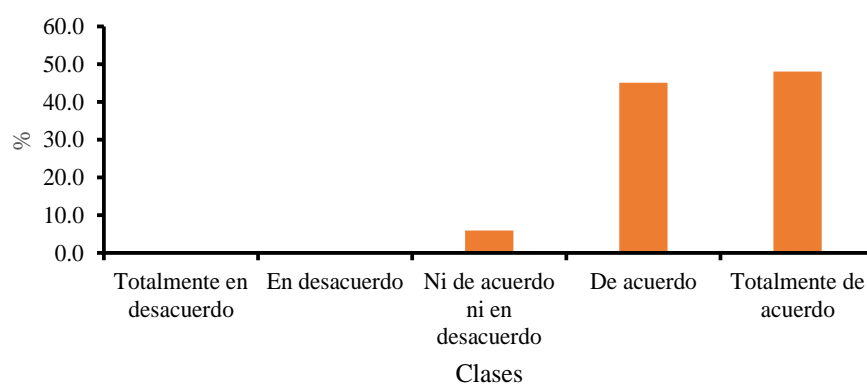


Figura 5.9 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la adaptabilidad en porcentajes

B. Resultados sobre la fijación de metas

En la tabla 5.10 presentamos los resultados de la aplicación de cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la fijación de metas, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.10

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la fijación de metas, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	2	0.9	1.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3.8	5.1
De acuerdo	94	40.0	45.1
Totalmente de acuerdo	129	54.9	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.10: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (54.9 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes establecen metas para iniciar una actividad emprendedora tienen iniciativa emprendedora, el 40 % se encuentran de acuerdo, el 3.8 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.9 % se encuentran en desacuerdo y el 0.4% se encuentran totalmente en desacuerdo tal como se muestra en la figura 5.10.

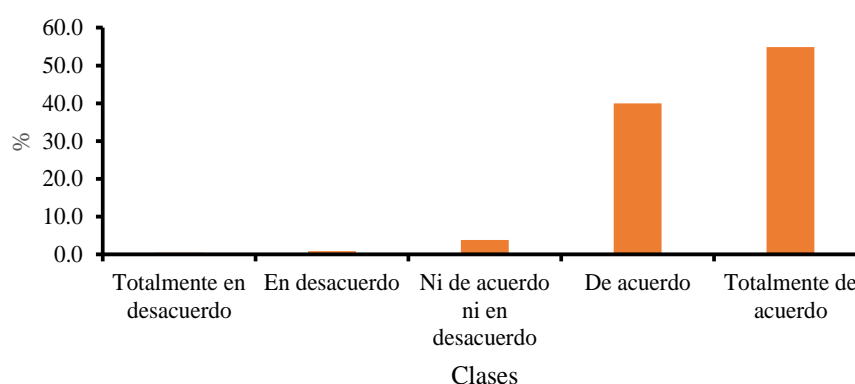


Figura 5.10 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la fijación de metas en porcentajes

C. Resultados sobre la perseverancia

En la tabla 5.11 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la perseverancia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.11

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la perseverancia, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	2	0.9	1.3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	2.1	3.4
De acuerdo	99	42.1	45.5
Totalmente de acuerdo	128	54.5	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.11: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (54.5 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes son perseverantes cuando inician una actividad emprendedora tienen iniciativa emprendedora, el 42.1 % se encuentran de acuerdo, el 2.1 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.9 % se encuentran en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo tal como se muestra en la figura 5.11.

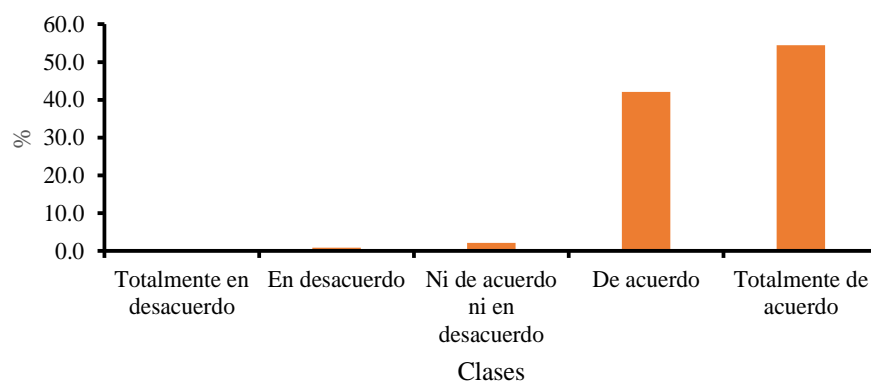


Figura 5.11 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre la perseverancia en porcentajes

D. Resultados sobre las competencias

En la tabla 5.12 presentamos los resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las competencias, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.12

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las competencias, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0.4	0.4
En desacuerdo	1	0.4	0.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1.3	2.1
De acuerdo	64	27.2	29.4
Totalmente de acuerdo	166	70.6	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.12: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (70.6 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes desarrollan competencias que lo impulsan a realizar una actividad emprendedora, el 27.2 % se encuentran de acuerdo, el 1.3 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0.4 % se encuentran en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran totalmente en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.12.

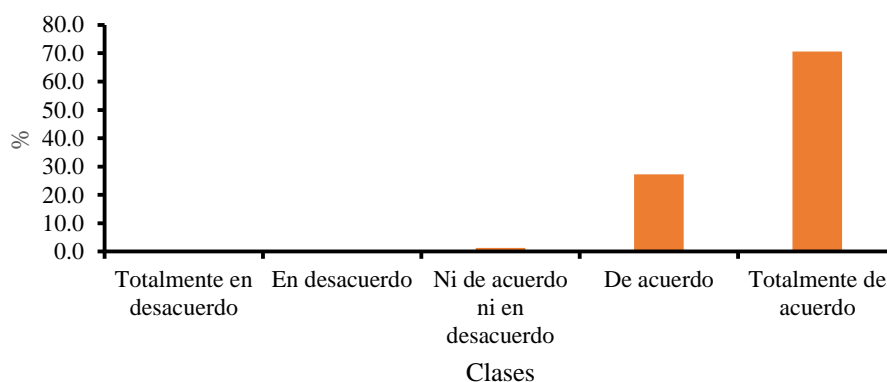


Figura 5.12 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre las competencias en porcentajes

5.1.4 Resultados sobre el perfil emprendedor

En la tabla 5.13 presentamos los resultados de la aplicación de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de administración de empresas de la UIGV, sobre el perfil emprendedor, en valores absolutos, porcentuales y acumulados.

Tabla 5.13

Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre el perfil emprendedor, en valores absolutos, porcentuales y acumulados

Clases	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	0.4	0.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	0.9	1.3
De acuerdo	43	18.3	19.6
Totalmente de acuerdo	189	80.4	100.0
Total	235	100	

Fuente: Encuesta

Tabla 5.13: Se observa la recolección de datos al 100%. Del cual se logró precisar que el (80.4 %) de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con que los estudiantes poseen características de un perfil emprendedor, el 18.3 % se encuentran de acuerdo, el 0.9 % no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 0.4 % se encuentran en desacuerdo, tal como se muestra en la figura 5.13.

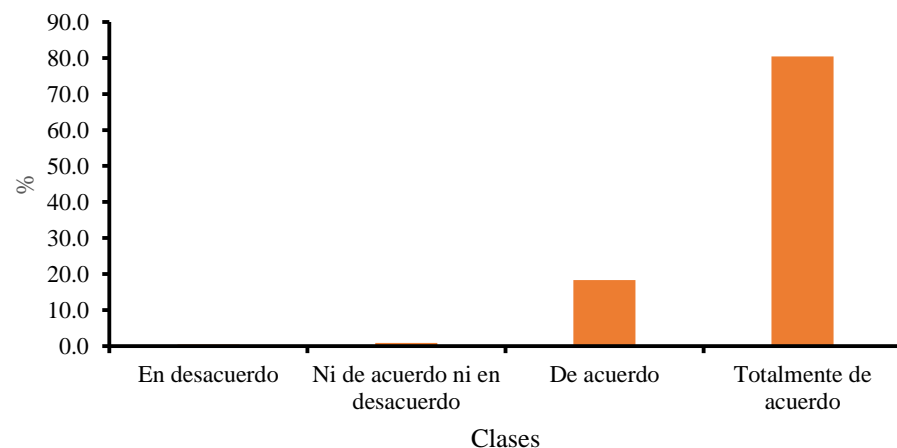


Figura 5.13 Resultados de la aplicación del cuestionario a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, sobre el perfil emprendedor en porcentajes

5.2 Prueba de Hipótesis

La Prueba Chi- Cuadrado, es la adecuada por estudiarse variables con un nivel de medición nominal y ordinal.

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$

Distribución muestral: Chi- Cuadrado calculada con la formula

$$X^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Donde

f_0 = Frecuencia observada o real

f_e = Frecuencia esperada

Σ = Sumatoria

La frecuencia esperada se determina de la siguiente manera:

H0: “El perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV no se expresa en sus actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.”

H1: “El perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV se expresa en sus actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.”

Nivel de significación: $\alpha = 0.05$

Estadística de prueba: Chi- cuadrado

Decisión: si $\text{Sig} < \alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

HIPÓTESIS GENERAL

Tabla 5.14

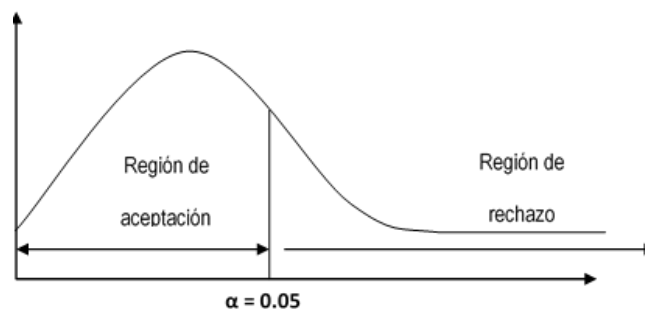
Tabla cruzada

	Año				Total
	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	
Perfil emprendedor					
En desacuerdo	1	0	0	0	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	0	0	0	2
De acuerdo	13	12	9	9	43
Totalmente de acuerdo	41	47	48	53	189
Total	57	59	57	62	235

Tabla 5.15

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,631 ^a	9	0.235
Razón de verosimilitud	10.771	9	0.292
Asociación lineal por lineal	6.005	1	0.014
N de casos válidos	235		

a. 8 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5.El recuento mínimo esperado es .24.



Interpretación: Como el valor de significancia observada es $0,235 > 0,05$, se concluye que no hay significancia del año académico en el que se encuentran los estudiantes con relación a las actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Hipótesis específica 1

Hipótesis nula H0

H0: "Las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV no se expresan en su iniciativa, creatividad y motivación"

Hipótesis alternativa H1

H1: " Las actitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su iniciativa, creatividad y motivación".

Nivel de significación: $\alpha = 0.05$

Estadística de prueba: Chi-cuadrado

Decisión: si $\text{Sig} < \alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Codificación:

5	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2	En desacuerdo
1	Totalmente en desacuerdo

Tabla 5.16

Tabla cruzada

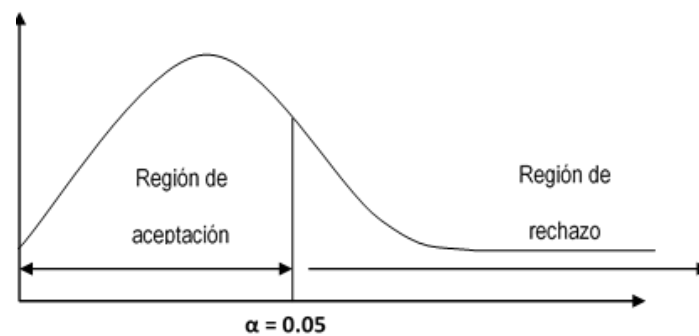
		Año				Total
		Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	
Actitudes emprendedoras	Totalmente en desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	0	1	0	6
	De acuerdo	17	18	14	18	67
	Totalmente de acuerdo	34	41	42	44	161
	Total	57	59	57	62	235

Tabla 5.17

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,362 ^a	9	0.060
Razón de verosimilitud	15.836	9	0.070
Asociación lineal por lineal	5.278	1	0.022
N de casos válidos	235		

a. 8 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5.El recuento mínimo esperado es .24.



Interpretación: Como el valor de significancia observada $0,060 > 0,05$, se concluye que no hay significancia del año académico en el que se encuentran los estudiantes con relación a las actitudes emprendedoras

Hipótesis específica 2

H0: "Las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV no se expresan en su planificación, asunción de riesgos y estrategia".

H1: "Las aptitudes emprendedoras del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su planificación, asunción de riesgos y estrategia".

Nivel de significación: $\alpha = 0.05$

Estadística de prueba: Chi-cuadrado

Decisión: si $\text{Sig} < \alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Codificación:

5	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2	En desacuerdo
1	Totalmente en desacuerdo

Tabla 5.18

Tabla cruzada

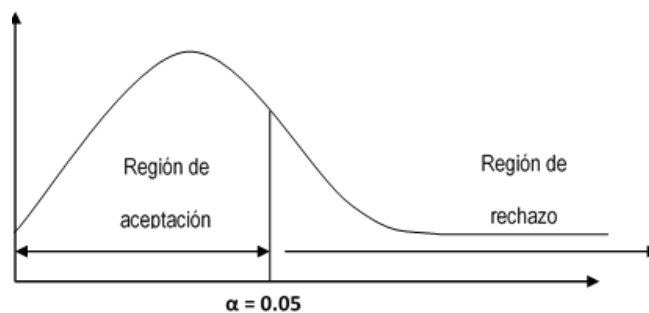
		Año				
		Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Total
Aptitudes emprendedoras	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	0	1	2	10
	De acuerdo	27	33	25	24	109
	Totalmente de acuerdo	23	26	31	36	116
	Total	57	59	57	62	235

Tabla 5.19

Pruebas de chi- cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,683 ^a	6	0.011
Razón de verosimilitud	16.502	6	0.011
Asociación lineal por lineal	6.858	1	0.009
N de casos válidos	235		

a. 4 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2.43.



Interpretación: Como el valor de significancia observada $0,011 < 0,05$, se concluye que hay significancia del año académico en el que se encuentran los estudiantes con relación a las aptitudes emprendedoras

Hipótesis específica 3

H0: "Las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV no se expresan en su adaptabilidad, fijación de metas y perseverancia."

H1: "Las competencias del perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV se expresan en su adaptabilidad, fijación de metas y perseverancia."

Nivel de significación: $\alpha = 0.05$

Estadística de prueba: Chi-cuadrado

Decisión: si $\text{Sig} < \alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Codificación:

5	Totalmente de acuerdo
4	De acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2	En desacuerdo
1	Totalmente en desacuerdo

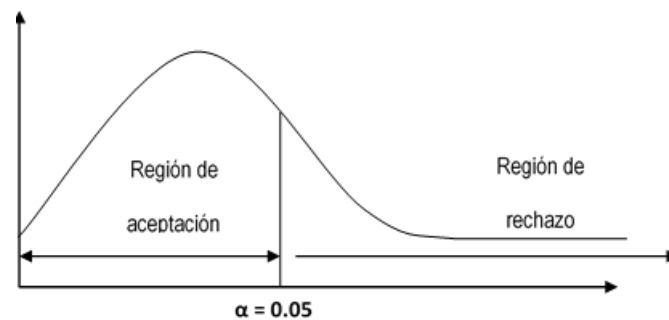
Tabla 5.20

		Año				Total
		Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	
Competencias	Totalmente en desacuerdo	1	0	0	0	1
	En desacuerdo	1	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1	0	0	3
	De acuerdo	16	19	16	13	64
	Totalmente en acuerdo	37	39	41	49	166
	Total	57	59	57	62	235

Tabla 5.21

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,597 ^a	12	0.399
Razón de verosimilitud	12.839	12	0.381
Asociación lineal por lineal	6.840	1	0.009
N de casos válidos	235		

a. 12 casillas (60.0%) han esperado un recuento menor que 5.El recuento mínimo esperado es .24.



Interpretación: Como el valor de significancia observada $0,399 > 0,05$, se concluye que no hay significancia del año académico en el que se encuentran los estudiantes con relación a las competencias.

5.3 **Discusión de resultados**

La finalidad de la presente investigación es determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, Lima 2018. Y también demostrar que el perfil emprendedor se expresa en sus actitudes emprendedoras, aptitudes emprendedoras y competencias.

Resultados comparados con los fundamentos teóricos o bases teóricas

En las bases teóricas, Timmons y Spinelli (como se citó en Longenecker, Moore, Petty y Palich, 2010 p.21) describieron las características de un perfil emprendedor las cuales son: compromiso y determinación, liderazgo, tienen obsesión por la oportunidad, tolerancia al riesgo, creatividad, motivación para la excelencia, consideramos que estas características tales como tolerancia al riesgo, creatividad, motivación para la excelencia son importantes para un perfil emprendedor y que se asemejan a nuestra investigación

Longenecker, Moore, Petty y Palich (2007) afirman que los emprendedores son personas que corren riesgos y proveen el ímpetu para el cambio, la innovación y el progreso en la vida económica, en este caso los resultados obtenidos fueron que los estudiantes presentan estas características, de esta forma les permite estar preparados para asumir riesgos y adaptarse al cambio

Robert Ronstad, (como se citó en Reinoso y Uribe, 2013 p.17), donde explica que: Es el proceso dinámico de crear riqueza creciente. Esta riqueza es creada por individuos que asumen los mayores riesgos en términos de capital, tiempo y/o compromiso profesional al proveer valor a algún producto o servicio que puede ser o no ser nuevo o único, donde ese valor debe, en alguna forma, ser proporcionado por el emprendedor, asegurando y asignando las habilidades y recursos necesarios. Esta teoría destaca la creatividad por parte del emprendedor, ya que al realizar una actividad emprendedora se deben crear ideas innovadoras y aplicarlas, así mismo buscar soluciones creativas que te permita generar una oportunidad atractiva en el mercado.

Huamaní (2014) define: “Es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos nuevos proyectos” (p.6), sin embargo, nosotros consideramos que las competencias de una persona son esenciales para que pueda subsistir en un entorno competitivo.

Amaru (2008) sostiene que el perfil del emprendedor contiene las siguientes características: creatividad y capacidad de implantación; disposición para asumir

riesgos; perseverancia y optimismo; sentido de independencia (p.4). Consideramos que el sentido de independencia en algunas ocasiones puede ser un factor perjudicial, porque al momento de iniciar su actividad emprendedora requerirá del soporte de recursos materiales y humanos, el cual se verá limitado de ejecutar eficientemente su actividad emprendedora.

Resultados comparados con los antecedentes de investigación

Benavides y Tupayachi (2015) llegaron a la conclusión que los estudiantes tienen un perfil emprendedor medio, con un promedio de 17.14 y 16.93 puntos para las mujeres y varones respectivamente, caracterizado por buscar oportunidades, tener iniciativa, fijar metas y también correr riesgos” (p.121). Comparando los resultados esta investigación con la nuestra, muestra similitud en las características, pero un perfil emprendedor debe considerar las siguientes características: creatividad, motivación, planificación, estrategia, adaptabilidad y perseverancia.

Bonilla & García (2013) llegaron a la conclusión que los estudiantes de maestría poseen estas características del perfil emprendedor : la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la solidaridad, la necesidad de logro y la minimización de riesgos. Comparando los resultados esta investigación con la nuestra, muestra similitud en las características, pero un perfil emprendedor debe considerar las siguientes características: iniciativa, motivación, planificación, estrategia, adaptabilidad y perseverancia.

CONCLUSIONES

1. Conforme con los resultados de la investigación indican que no existe una relación estadísticamente significativa entre el perfil emprendedor y el año académico que cursan los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Estos resultados se interpretan que la gran mayoría de estudiantes presentan características emprendedoras para iniciar una actividad emprendedora, pero no necesariamente se debe al año en que cursan los estudiantes.
2. Conforme con los resultados de la investigación indican que no existe una relación estadísticamente significativa entre las actitudes emprendedoras y el año académico que cursan los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV. Estos resultados se interpretan que la mayoría de estudiantes se sienten motivados por realizar una actividad emprendedora, pero no necesariamente se debe al año académico que cursan los estudiantes.
3. Conforme con los resultados de la investigación indican que si existe una relación estadísticamente significativa entre las aptitudes emprendedoras y el año académico que cursan los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV. Estos resultados se interpretan que la mayoría de estudiantes determinan estrategias al realizar una actividad emprendedora, debido al año académico que cursan los estudiantes.
4. Conforme con los resultados de la investigación indican que no existe una relación estadísticamente significativa entre las competencias y el año académico que cursan los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV. Estos resultados se interpretan que la mayoría de estudiantes fijan metas al realizar una actividad emprendedora, pero no necesariamente se debe al año académico que cursan los estudiantes.
5. Cabe resaltar que la investigación ha sido de tipo descriptiva, se realizó la prueba de hipótesis en relación al año académico con las diferentes dimensiones, lo cual el resultado principal fue que si existe significancia entre el año académico que cursan los estudiantes y las aptitudes emprendedoras. Y esto se da porque los estudiantes a medida que van cursando ciclos superiores, sus aptitudes emprendedoras se van potenciando.

RECOMENDACIONES

1. Se invita a analizar la relación que tiene el perfil emprendedor con el entorno tanto en lo económico, social, político, tecnológico y cultural .De este modo los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega obtendrán una visión amplia y profunda del emprendimiento en cuanto a realizar una investigación o concretar su actividad emprendedora.
2. Para potenciar el perfil emprendedor se recomienda a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV, visitar la plataforma Emprendedor Peruano e inscribirse en los cursos gratuitos, de esta forma podrán adquirir información relevante y práctica para una mayor orientación en la gestión y desarrollo de negocios competitivos responsables y sostenibles.
3. Se recomienda a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV que tengan una idea de negocio innovadora, o que poseen un negocio en marcha y desean mejorar o desarrollar nuevos productos, postular a los diversos concursos de financiamiento del programa Innóvate Perú ya que esto permitirá que la idea de negocio o un negocio en marcha tenga la posibilidad de ser lanzado y lograr posicionarse en el mercado.
4. Se recomienda a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV emplear metodologías de modelos de negocios tales como el modelo canvas, que permitirá simplificar los procesos y tener de forma estructurada la idea de negocio y el desing thinking, que busca solucionar las necesidades reales de los clientes; entre otros modelos; que garantizan que la idea de negocio tendrá un enfoque completo e integral.
5. Se recomienda a los estudiantes de administración de empresas de la UIGV que no se limiten a emprender por los factores tales como la competencia en donde debe diferenciarse generando valor agregado hacia el cliente; también al tener una deuda se debe priorizar la inversión para no reducir el monto destinado para continuar con la implementación del negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benavides, María Jesús y Tupayachi, María (2015). *Emprendimiento y perfil emprendedor en la escuela profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Periodo 2014-2015*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco). Cusco, Perú. Recuperada de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/106/253T20150014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bonilla, Ronal Fabian & García, Jorge Orlando (2013). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un análisis Empírico en la Ciudad de Manizales*. (Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Manizales). Caldas, Colombia. Recuperado de: <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS%20-%20INFORME%20FINAL.pdf>
- Burgos, Julio César (2013). *Evaluación de la formación como emprendedores de los estudiantes de tercero y cuarto año de la facultad de ciencias económicas de la Universidad de Guayaquil para mejorar su preparación profesional. Diseño de modulo con enfoque de emprendimiento*. (Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil). Guayaquil, Ecuador. Recuperada de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1974/1/TESIS%20MAG%20C3%20DSTER%20JULIO%20BURGOS1.pdf>
- Ccapa, Vasty Estela y Guimac, Jhordyn Kairo (2016). *Nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la sede de la Universidad y sus filiales, durante el periodo 2016*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión). Lima, Perú. Recuperada de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/468/Vasty_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Choque, Katia Sdenka (2017). *Factores Personales que influyen en la Intención Emprendedora de los estudiantes de Administración y Marketing De La Uancv – Puno, Año 2017-* (Tesis de Licenciatura, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez). Puno, Perú. Recuperada de <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/867/CHOQUE%20FLORES%20KATIA%20SDENKA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Delgado, Álvaro Miguel y Núñez, Pierina Mirella (2017). *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel* (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Señor de Sipán, Lambayeque, Perú. Recuperada de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/4156/1/Delgado%20Caramutti%20-%20Nu%C3%B1ez%20Vera%20Pierina%20Mirella.pdf>
- Farfán, Moisés Oswaldo (2017). *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración* (Tesis de doctorado, Universidad Cesar Vallejo). Lima, Perú. Recuperada de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4334/Farf%C3%A1n_FMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mejía, Deyvi Omar (2015). *Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Lambayeque, Perú. Recuperada de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf
- Pérez, Lucía (2016). *Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Validación en el Campus d' Alcoi de la Universitat Politècnica de València*. (Tesis de Doctorado, Universidad Politécnica de Valencia) Valencia, España. Recuperada de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/61632/P%C3%A9rez%20-%20Propuesta%20metodol%C3%B3gica%20para%20la%20caracterizaci%C3%B3n%20de%20pautas%20emprendedoras%20en%20materia%20de%20empr....pdf?sequence=1>
- Radovich, Juan Luis (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle). Lima, Perú. Recuperada de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1327/TM%20CE-Du%203089%20R1%20-%20Radovich%20Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, Flor Astrid (2017). *Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios, Lima Perú*. (Tesis de licenciatura, Universidad Pontificia Católica Del Perú). Recuperada de

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9725/SANCHEZ_BALLESTROS_RELACIONES_ENTRE_LA_INTENCION_EMPREDEDORA_PRACTICAS_DE_NEGOCIO_Y_RASGOS_DE_PERSONALIDAD_EN_EMPRENDEDORES.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttp://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/36f.pdf

- Alcaraz, Rafael Eduardo (2011). *El emprendedor de éxito*. (4ª ed.). México: Editorial: McGraw-Hill Educación.
- Alles, Martha Alicia (2010). *Diccionario de preguntas. La trilogía: las preguntas más utilizadas sobre evaluación*. (Buenos Aires: Editorial Granica).
- Alonso, Ana María & Aguirre, Regina (2014). *Guía: espíritu emprendedor, plan de negocio y empleabilidad*. Lima, Perú: Editorial CEDRO
- Amaru, Antonio César (2008). *Administración para emprendedores Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Editorial Pearson Educación.
- Asensio, Eva. & Vázquez, Beatriz (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid, España: Editorial Paraninfo.
- Barrero, Narciso (2016). *Emprendimiento y metacognición infanto-juvenil: un diseño para la práctica*. Lima, Perú: Editorial El Cid Editor.
- Bateman, Thomas S. & Snell, Scott A. (2009). *Administración liderazgo y colaboración en un mundo competitivo* (8ª ed.). México. Editorial: Mc Graw-Hill
- Bernal, César A. (2010). *Metodología De La Investigación*. Tercera Edición. Bogotá, Colombia, Editorial: Pearson Educación
- Bisquerra, Rafael (2009). *Psicopedagogía de las emociones*. Madrid, España: Editorial Síntesis
- Cama, Simón José (2015). *Fundamentos del emprender: Creación y Gestión de empresas* Lima, Perú: Editorial Fondo editorial UNAJMA
- Chiavenato, Idalberto (2009). *Comportamiento organizacional La dinámica del éxito en las organizaciones*. (2ª ed.) México: Editorial McGraw-Hill
- Cloninger, Susan C. (2003). *Teorías de la personalidad*. (3ª ed.). México: Editorial Pearson Educación
- Dess, Gregory G.& Lumpkin, G.Tom (2003). *Dirección Estratégica* Madrid, España: Editorial McGraw-Hill.
- Emprendedor peruano (2016). *Oportunidades para el crecimiento empresarial*. Recuperado de <http://www.emprendedorperuano.pe/assets/libroamarillofinalv05-04-2016.pdf>

- Hellriegel, Don y Slocum, John W. (2009). *Comportamiento organizacional*. (12ª ed.). México: Editorial Cengage Learning
- Hernández, Roberto, Fernández, Carlos. & Baptista, María del Pilar. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). México: Editorial McGraw-Hill.
- Huamaní, Gloria Teresita. (2014). *Creatividad y cultura de emprendimiento*. Lima, Perú: Editorial Universitaria.
- Instituto de ciencias y humanidades (2001) *Psicología una perspectiva científica*. Lima, Perú: Editorial Editores Lumbreras
- Lahey, Benjamin (2007). *Introducción a la psicología* (9ª ed.). México. Editorial: McGraw Hill
- Landerer, Jorge (2015) *El ABC del emprendedor*. Lima, Perú: Editorial San Marcos
- Longenecker, Justin Gooderl; Moore, C.W.; Petty, J. William; Palich, Leslie (2007) *Administración de pequeñas empresas Un enfoque emprendedor* (13ª ed.). México: Editorial Thomson
- Longenecker, Justin Gooderl Moore C.W. Petty, J. William &. Palich, Leslie (2010) *Administración de pequeñas empresas Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras* (14ª ed.). México: Editorial Cengage Learning
- Macías, Gizelle y Parada, Leticia (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*, Universidad de Guadalajara, México: Editorial Universitaria
- Montero, Juan (2011). *Emprendedores historias de visión, optimismo y persistencia*. Quito, Ecuador: Editorial El Conejo
- Moreno, Tercila Fernanda (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: Editorial RIL editores.
- Muñoz, Ismael; Sánchez, Daniel.; Chamilco, Irene & Nevado, Ruth (2012). *Jóvenes emprendedores*. Lima, Perú: Editorial Centro de Estudios y Publicaciones
- Osorio, Fabián; Murillo, Guillermo.; & Gonzáles, Carlos H. (2015). *Emprendimiento, redes e innovación*. Cali, Colombia: Programa Editorial Universidad del Valle.
- Palacios, Luis Carlos (2015) *Estrategias de creación empresarial* (2ª ed.). Lima, Perú: Editorial Ecoe ediciones.
- Pérez, Lucia Trinidad. & Aranda, Antonio (2009). *Razones que citan los egresados en administración para no emprender*. Lima, Perú: Editorial El Cid Editor.
- Ramos, Isabel Rosario. (2013). *Gestionando tu propia empresa*, Lima, Perú: Editorial Macro
- Reinoso, Juan Fernando & Serna, Luis Fernando (2017). *Modelo integral de aprendizaje*

para el emprendimiento: una visión sistémica desde la actitud emprendedora.

Tolima, Colombia: Editorial Universidad del Tolima

Reinoso, Juan Fernando & Uribe, Mario Enrique (2013). *Emprendimiento y empresarismo. Diferencias, conceptos, cultura, idea y proyecto de empresa.*

Bogotá, Colombia: Editorial Ediciones de la U.

Serida, Jaime Guerrero, Carlos, Alzamora, Jessica Borda, Armando, Morales, Oswaldo (2017). *Global entrepreneurship monitor 2016-2017.* Lima: Editorial: Esan.

Silva, Rodrigo (2017) *La cuarta ruta: cuando emprendimiento y filantropía se unen.*

Santiago de Chile: Editorial RIL editores.

Thompson, Arthur y Strickland, A. J. (2001). *Administración estratégica.* (11ª ed.).

México. Editorial: McGraw Hill

Universidad Nacional Agraria de la Molina. (2012). *La iniciativa empresarial juvenil a través de planes de negocio. Programa de talleres de capacitación y formación de jóvenes emprendedores rurales.* Lima, Perú: Editorial Falcón.

Urbano, David, & Toledano, Nuria. (2008). *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas,* Barcelona, España: Editorial UOC

Valverde, Z. (2009) *Guía de ideas y plan de negocios.* Lima, Perú: Editorial

Rapimagen

Villafuerte, Ana María (2011). *Filosofía y práctica de la planificación para el desarrollo*

Cusco, Perú: Editorial Alpha servicios gráficos.

ANEXO

Anexo 1. Encuesta para conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV,2018
Estimado señor (a) (Srta.):

Estamos realizando un estudio respecto al Perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la UIGV,2018, es por ello que se ha elaborado este cuestionario para saber su opinión.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL esto garantiza que nadie puede identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

DATOS GENERALES

Edad _____ Sexo F () M () Ocupación _____

Todas las preguntas tienen una respuesta, deberá elegir SOLA UNA, marque con un aspa (X)

Leyenda: 5 Totalmente de acuerdo 4 De acuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo

2 En desacuerdo 1 Totalmente en desacuerdo

N°	Actitudes Emprendedoras					
	Iniciativa	5	4	3	2	1
1	Me esmero en buscar cosas que necesiten hacerse					
2	Siento entusiasmo por emprender actividades nuevas					
3	Acostumbro a situarme en posiciones de liderazgo					
	Creatividad	5	4	3	2	1
4	Me gusta apostar por una buena idea					
5	Mis ideas son innovadoras y procuro aplicarlas					
6	Encuentro soluciones creativas ante una situación complicada					
	Motivación	5	4	3	2	1
7	Veo los problemas como una oportunidad y no como un obstáculo					
8	Me siento en confianza con mis posibilidades y capacidades					
9	Me siento con ánimo y energía para realizar una actividad					
	Aptitudes emprendedoras					
	Planificación	5	4	3	2	1
10	Todas las actividades que realizo obedecen a un plan					
11	Organizo mi tiempo para cada actividad					
12	Soy ordenado					
	Asunción de riesgos	5	4	3	2	1
13	Me gusta aceptar riesgos					
14	Me gusta hacer cosas nuevas e impredecibles					
15	Prefiero arriesgarme así no esté seguro de los resultados					
	Estrategia	5	4	3	2	1
16	Si no resulta una determinada estrategia para hacer a un problema, opto por otro					
17	Analizo el problema para después centrarme en su solución					
18	Consulto con la mayor parte de gente, antes de tomar una decisión					
	Competencias					
	Adaptabilidad	5	4	3	2	1
19	Soy receptivo a nuevas ideas					
20	Me adapto fácilmente a los cambios					
21	Considero que los cambios es una oportunidad para mejorar					
	Fijación de metas	5	4	3	2	1
22	Me gusta pensar sobre el futuro					
23	Tengo en claro mis objetivos					
24	Fijo metas a corto y largo plazo					
	Perseverancia	5	4	3	2	1
25	Trato de superar obstáculos que se interponen al logro de mis metas , de fondos diferentes					
26	Soy persistente en mis objetivos y pensamientos					
27	A pesar de los obstáculos que encuentre trato de conseguir resultados					

Anexo 2.1

TIPOS DE EMPRENDIMIENTO	
Empresariales	Orientados a la creación de empresas.
Culturales	Entre los cuales se encuentran proyectos artísticos, folclóricos, cívicos, educativos, formación ciudadana.
Deportivos	Relacionados con disciplinas deportivas.
Científicos	Promueven los proyectos en el campo de la ciencia, la investigación científica, la academia.
Sociales	Se destinan a solucionar problemas sociales de gran impacto.
Agrícolas	Relacionados con este sector y su cadena productiva.
Ambientales	También llamados emprendimientos verdes, por su relación con la preservación del medio ambiente.
Asociativos	Proyectos colectivos que reúnen personas con un interés común.
Tecnológicos	Relacionados con la presencia de alta tecnología.
Comunitarios	Restinados a una población específica con características comunes.

Anexo 3.1

CUALIDADES DE LOS EMPRENDEDORES		
Personales	a) Creatividad	Tener facilidad para imaginar ideas y proyectos nuevos Proponer soluciones originales Saber analizar e investigar
	b) Autonomía	Funcionar sin necesidad de una supervisión inmediata Tomar iniciativas y decisiones Tener confianza en uno mismo Percibirse de forma positiva Apostar por las propias aptitudes y capacidades Confiar en los propios recursos y posibilidades
	c) Tenacidad	Dar pueba de constancia y de tesón en aquello que se emprende Inscribir las propias acciones en la idea de perseverancia y de llegada a término
	d) Sentido de responsabilidad	Tendencia a cumplir las obligaciones contraídas consigo mismo y con el grupo
	e) Capacidad para asumir riesgo	Predisposición a actuar con decisión ante situaciones que requieren cierto arrojo por la dificultad que entrañan
Sociales	a) Liderazgo	Implicar a los demás en la realización de proyectos Influir en los otros y contar con sus cualidades personales, conocimientos y habilidades
	b) Espíritu de equipo	Tener capacidad para trabajar en estrecha colaboración con otros compartiendo objetivos y métodos de actuación
	c) Solidaridad	Aceptar y sentirse responsable de las elecciones del grupo u organización