

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**MOTIVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN
LOS GRADUADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, UNIVERSIDAD
NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS. ANDAHUAYLAS
2017-2020**

Tesis para optar el título profesional de Licenciado en
Administración de Empresas

Presentada por:

LISVINIA HUAMÁN PICHIHUA

Andahuaylas, Perú

2022

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**MOTIVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN
LOS GRADUADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, UNIVERSIDAD
NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS. ANDAHUAYLAS
2017-2020**

LISVINIA HUAMÁN PICHIHUA

Asesor:

Dr. Felipe Rafael Valle Díaz

Andahuaylas, Perú

2022



Universidad Nacional José María Arguedas

Identidad y Excelencia para el Trabajo Productivo y el Desarrollo



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En el local académico de Coyahuacho, de la Universidad Nacional José María Arguedas, ubicado en la Av. José María Arguedas s/n, distrito de San Jerónimo, de la provincia de Andahuaylas, siendo las diez horas del día trece de enero del año dos mil veintitrés, en atención a la Resolución N° 030-2023-CO-UNAJMA-FCE, se reunieron vía Google Meet: <https://meet.google.com/ewn-zubk-uzx>, el Dr. Joaquín Machaca Rejas, Dr. Juan Cielo Ramírez Cajamarca y la Mgtr. Raquel Álvarez Siguayro, integrantes del jurado evaluador del informe final de tesis titulado:

Motivación y emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020

Cuya autora es la Bachiller en Administración de Empresas, Lisvinia Huamán Pichihua; Dr. Felipe Rafael Valle Díaz, asesor; con el propósito de proceder a la sustentación de dicha tesis.

Luego de la sustentación de la tesis, el jurado evaluador ACORDÓ: APROBAR por UNANIMIDAD, a la Bachiller en Administración de Empresas Lisvinia Huamán Pichihua, obteniendo la siguiente calificación y mención:

| Nota en escala vigesimal | | Mención |
|--------------------------|-----------|-----------|
| Números | Letras | |
| 16 | Dieciséis | Muy bueno |

En señal de conformidad, se procede a la firma de la presente acta en tres (03) ejemplares.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

Dr. Joaquín Machaca Rejas

DOCENTE

Dr. JOAQUÍN MACHACA REJAS

Presidente del Jurado Dictaminador

Dr. JUAN CIELO RAMÍREZ CAJAMARCA
Secretario del Jurado Dictaminador

Mgtr. RAEUEL ÁLVAREZ SIGUAYRO
Vocal del Jurado Dictaminador

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón esta tesis a mis padres: Lucio y Rufina a quienes admiro por sus fortalezas y ser mi modelo a seguir, por su infinito amor, comprensión y dedicación.

Quiero además dedicar esta tesis a mi compañero de vida por su apoyo incondicional y verdadero, porque a pesar de las dificultades me apoya en mis sueños y metas.

Para mis hijos Yul Angelo y Fabian quienes han sido mi mayor motivación y motor para no rendirme y culminar este presente trabajo.

A todas las personas que me han apoyado e hicieron de mi trabajo un éxito, especialmente a los que me abrieron sus puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

A Dios, nuestro creador por haberme permitido llegar hasta aquí; darme fuerza y salud para lograr mis propósitos. Quiero darle las gracias por su amor infinito y por haberme guiado y levantado de mis tantas caídas y que siempre estuvo ahí.

A la Universidad Nacional José María Arguedas mi alma máter, por haberme dado la oportunidad de realizar el presente trabajo, así como también a los docentes quienes con sus enseñanzas de sus valiosos conocimientos hicieron que crezca cada día más como profesional.

A mi asesor de tesis el Dr. Felipe Rafael Valle Diaz, quien, con su conocimiento, perseverancia, estilo de trabajo y su motivación constante han logrado contribuir en la culminación del presente trabajo.

A los miembros del jurado evaluador, Dr. CC. Empr. Joaquín Machaca Rejas, en calidad de presidente, al Lic. Adm. Juan Cielo Ramírez Cajamarca secretario y a la Mg. Raquel Álvarez Siguyro vocal, por las guías, sugerencias, por compartir sus conocimientos, experiencias y brindarme la motivación de forma conjunta para culminar la elaboración de la tesis.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación que lleva por título: Motivación y emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, se ha realizado en conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional José María Arguedas, Facultad de Ciencias de la Empresa, Escuela Profesional de Administración de empresas con el fin para obtener el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, cuyo objetivo general fue establecer el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020. En entornos, donde las universidades van promoviendo emprendimientos a través de motivaciones durante el transcurso de formación profesional, una de las alternativas para hacer frente es la creación de negocios con ideas de negocios generados según a las necesidades de la población, y a través de ello buscar la competitividad profesional satisfaciendo las necesidades del profesionalismo y por ende no estar desempleada como ocurren hoy en día con los profesionales ya que la demanda de profesionales no abastece a la cantidad de puestos de trabajo. Para ello, se consideró la estrategia de motivación desde tres conceptos que intervienen en la motivación, como es la percepción, personalidad y aprendizaje. Mientras que el emprendimiento empresarial se estudió teniendo en cuenta la gestión empresarial, espíritu empresarial y la cultura empresarial en los graduados. Todo ello, fue tomado en cuenta en base a las características actuales de los graduados. Además, este presente trabajo de investigación crea un espacio para aplicar todos los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en la formación profesional y personal. Entre ellos, los métodos trabajados en este estudio se llevaron a cabo y siguiendo los pasos del método científico.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| PRESENTACIÓN | vi |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xi |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xii |
| RESUMEN..... | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| INTRODUCCIÓN..... | 15 |
| CAPÍTULO I..... | 17 |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 17 |
| 1.1. Planteamiento del problema..... | 17 |
| 1.2. Formulación del problema..... | 22 |
| 1.2.1. Problema general | 22 |
| 1.2.2. Problemas específicos..... | 22 |
| 1.3. Delimitación | 24 |
| 1.4. Justificación | 25 |
| 1.5. Objetivos..... | 26 |
| 1.5.1. Objetivo general | 26 |
| 1.5.2. Objetivos específicos..... | 27 |
| CAPÍTULO II..... | 29 |
| FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 29 |
| 2.1. Antecedentes | 29 |
| 2.2. Marco teórico | 42 |
| 2.3. Marco conceptual..... | 78 |
| 2.4. Marco institucional | 80 |

| | |
|--|-----|
| CAPÍTULO III..... | 86 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 86 |
| 3.1. Hipótesis | 86 |
| 3.1.1. Hipótesis general..... | 86 |
| 3.1.2. Hipótesis específicas..... | 86 |
| 3.2. Variables..... | 87 |
| 3.3. Operacionalización de variables..... | 89 |
| 3.4. Metodología | 90 |
| 3.4.1. Enfoque de investigación..... | 90 |
| 3.4.2. Método de la investigación | 90 |
| 3.4.3. Tipo de investigación | 90 |
| 3.4.4. Nivel de investigación | 91 |
| 3.4.5. Diseño de investigación..... | 91 |
| 3.5. Población y muestra..... | 92 |
| 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 93 |
| 3.7. Métodos de análisis de datos | 94 |
| CAPÍTULO IV | 98 |
| PRESENTACIÓN DE RESULTADOS..... | 98 |
| 4.1. Resultados de la investigación | 98 |
| 4.1.1. Fiabilidad (alfa de Cronbach)..... | 98 |
| 4.1.2. Frecuencia de datos generales..... | 99 |
| 4.1.3. Frecuencias de datos variables y dimensiones..... | 102 |
| 4.2. Contrastación estadística de hipótesis | 110 |
| 4.2.1. Prueba de hipótesis | 110 |
| 4.2.1. Prueba de normalidad | 110 |
| 4.3. Análisis a nivel inferencial | 112 |
| 4.3.1. Correlación de rho - Spearman | 112 |
| 4.3.2. Prueba de hipótesis | 112 |
| CAPÍTULO V | 125 |

| | |
|----------------------|-----|
| DISCUSIÓN..... | 125 |
| CONCLUSIONES | 135 |
| RECOMENDACIONES..... | 140 |
| REFERENCIAS | 143 |
| ANEXOS..... | 147 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 Valores del coeficiente de correlación de Spearman..... | 97 |
| Tabla 2 Interpretación de valores de confiabilidad | 98 |
| Tabla 3 Fiabilidad del instrumento de variables y dimensiones..... | 98 |
| Tabla 4 Género..... | 99 |
| Tabla 5 Edad | 100 |
| Tabla 6 Graduados que emprenden un negocio | 101 |
| Tabla 7 Frecuencia respecto al nivel de motivación..... | 102 |
| Tabla 8 Frecuencia respecto al nivel de percepción | 103 |
| Tabla 9 Frecuencia respecto al nivel de personalidad..... | 104 |
| Tabla 10 Frecuencia respecto al nivel de aprendizaje..... | 105 |
| Tabla 11 Frecuencia respecto al nivel de emprendimiento empresarial | 106 |
| Tabla 12 Frecuencia respecto al nivel de gestión empresarial | 107 |
| Tabla 13 Frecuencia respecto al nivel de espíritu empresarial..... | 108 |
| Tabla 14 Frecuencia respecto al nivel de cultura empresarial..... | 109 |
| Tabla 15 Prueba de normalidad de las variables | 111 |
| Tabla 16 Resultados contrastados de hipótesis general | 113 |
| Tabla 17 Resultados contrastados de la hipótesis específica primera..... | 114 |
| Tabla 18 Resultados contrastados de la hipótesis específica segunda | 115 |
| Tabla 19 Resultados contrastados de la hipótesis específica tercera..... | 116 |
| Tabla 20 Resultados contrastados de la hipótesis específica cuarta..... | 118 |
| Tabla 21 Resultados contrastados de la hipótesis específica quinta..... | 119 |
| Tabla 22 Resultados contrastados de la hipótesis específica sexta | 120 |
| Tabla 23 Resultados contrastados de la hipótesis específica séptima | 121 |
| Tabla 24 Resultados contrastados de la hipótesis específica octava | 122 |
| Tabla 25 Resultados contrastados de la hipótesis específica novena | 124 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 Proceso de motivación..... | 53 |
| Figura 2 Organigrama de la Universidad Nacional José María Arguedas. | 83 |
| Figura 3 Género..... | 99 |
| Figura 4 Edad | 100 |
| Figura 5 Graduados que emprenden un negocio | 101 |
| Figura 6 Frecuencia respecto al nivel de motivación..... | 102 |
| Figura 7 Frecuencia respecto al nivel de percepción | 103 |
| Figura 8 Frecuencia respecto al nivel de personalidad | 104 |
| Figura 9 Frecuencia respecto al nivel de personalidad | 105 |
| Figura 10 Frecuencia respecto al nivel de emprendimiento empresarial..... | 106 |
| Figura 11 Frecuencia respecto al nivel de gestión empresarial..... | 107 |
| Figura 12 Frecuencia respecto al nivel de espíritu empresarial..... | 108 |
| Figura 13 Frecuencia respecto al nivel de cultura empresarial..... | 109 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|-----|
| Anexo 1. Matriz de consistencia de la investigación | 148 |
| Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables..... | 151 |
| Anexo 3. Matriz de instrumento de recojo de datos | 152 |
| Anexo 4. Instrumento de recojo de datos..... | 154 |
| Anexo 5. Ficha de validación por criterio de jueces o experto..... | 156 |
| Anexo 6. Fotografías de la investigación..... | 160 |
| Anexo 7. Base de datos del cuestionario en el programa Excel..... | 162 |

RESUMEN

El objetivo principal fue, establecer el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020. La metodología aplicada fue: nivel correlacional, diseño no experimental transversal. Para el acopio de datos, se determinó una población de 347 graduados y una muestra dirigida de 50 graduados. Las técnicas e instrumentos de investigación fueron: la encuesta y el cuestionario; la entrevista y la guía de entrevista. Así mismo, la fiabilidad del instrumento resultó 0,823 para la variable motivación y 0,782 para la variable emprendimiento empresarial, que poseen una excelente confiabilidad. Los resultados obtenidos, demostraron que la motivación y el emprendimiento empresarial, poseen una relación positiva moderada conforme al rho Spearman de 0.481**; significa que, conforme “a mayor fortalecimiento de la motivación, mayor incidencia tendrá el emprendimiento en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas”.

Palabras claves: percepción, personalidad, aprendizaje, gestión, cultura empresarial.

ABSTRACT

The main objective was to establish the degree of relationship that exists between motivation and business entrepreneurship in graduates of the Professional School of Business Administration, José María Arguedas National University. Andahuaylas 2017-2020. The applied methodology was: correlational level, cross-sectional non-experimental design. For data collection, a population of 347 graduates and a directed sample of 50 graduates were determined. The research techniques and instruments were: the survey and the questionnaire; interview and interview guide. Likewise, the reliability of the instrument was 0.823 for the motivation variable and 0.782 for the entrepreneurship variable, which have excellent reliability. The results obtained showed that motivation and business entrepreneurship have a moderate positive relationship according to the Spearman rho of 0.481**; It means that, according to "the greater the strengthening of motivation, the greater incidence of entrepreneurship will have in the graduates of the Professional School of Business Administration".

Keywords: perception, personality, learning, management, business culture.

INTRODUCCIÓN

La motivación es una de las estrategias ideales para lograr objetivos o beneficios en común, y con ella también se puede lograr una formación específica en el campo. En un mercado globalizado más competitivo, una de las posibilidades para hacer frente es la creación de empresas. Por lo tanto, es fundamental fomentar y fortalecer los conocimientos a través del transcurso del tiempo de formación profesional.

En base a ello, se estableció indagar bajo el proceso de la investigación científica la relación entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de empresas. Respecto a la motivación, esta se estudió bajo los conceptos que intervienen en la motivación percepción, personalidad y aprendizaje, mientras que el emprendimiento empresarial fue analizado bajo las dimensiones gestión empresarial, espíritu empresarial y cultura empresarial. Los hallazgos como consecuencia del análisis estadístico mostraron que conforme a mayor fortalecimiento de la motivación contribuye al emprendimiento empresarial.

A continuación, se presenta el contenido general de la presente investigación:

Capítulo I. Abarca el planteamiento del problema, la formulación de las preguntas de investigación, la justificación y los objetivos que son la guía de la investigación.

Capítulo II. comprende la fundamentación teórica, donde se muestra los antecedentes, el marco teórico y el marco conceptual.

Capítulo III. Expone la metodología bajo el cual se desarrolló la presente tesis, en ella se percibe el enfoque, método, tipo y nivel de investigación; así mismo, las hipótesis, la operacionalización de variables, la población del objeto de estudio, las técnicas e instrumentos de investigación y el método de análisis de datos.

Capítulo IV. Muestra los resultados a través de la estadística descriptiva e inferencial, la prueba de hipótesis y los resultados de la entrevista.

Capítulo V. Se pone a disposición la discusión donde se hace un contraste de los resultados con el soporte teórico e investigaciones similares de otros autores.

Se finaliza el siguiente estudio con el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones correspondientes de acuerdo a los resultados de la investigación y los anexos respectivos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La motivación profesional ha tenido un gran reconocimiento por aquellos investigadores que valoran la importancia del asesoramiento y acompañamiento en las dimensiones, académica, profesional y personal de los estudiantes, así como las oportunidades que brinda el mundo laboral, las cuales permitirán un desenvolvimiento personal de forma autónoma y responsable. (Cedeño, 2020, p. 9)

La importancia del emprendimiento empresarial según las actuales condiciones económicas del país, no permite que la generación de empleo vaya a la par con la oferta laboral de las universidades. Es por tal, que el emprendimiento se constituye en una alternativa atractiva para los jóvenes que emergen de los diferentes programas académicos como una posibilidad de lograr la estabilidad financiera que les permita hacer realidad los planes programados en su proyecto de vida (Viloria et al., 2016, p. 2). Ante la actual problemática de desempleo y exclusión, comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo y, en consecuencia, el concepto de emprendimiento cobra mayor relevancia para nuestra sociedad, resultando su estudio cada vez más interesante y necesario para el desarrollo personal y social (Formichella, 2004, p. 2); por otra parte menciona que promover el emprendimiento a través de los futuros graduados es una de las nuevas y las más relevantes funciones de la universidad peruana. Lo cual, a su vez, pone en relevancia la urgente necesidad de una política educativa de Estado, que estimule el desarrollo educativo en todos los niveles, con competencias en investigación, innovación y emprendimiento. (Bouby, 2014, p. 1)

Los países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, proponen el emprendimiento como una iniciativa ante la precariedad laboral de nuestro tiempo y la necesidad de crear riqueza para su gente, especialmente para los jóvenes. El emprendimiento es uno de los motores de las economías; esta afirmación está respaldada por innumerables ejemplos en países de todos los continentes del planeta (Nueva Zelanda, Australia, Sudáfrica, Finlandia, Bulgaria, India, Japón, Israel, Tailandia, Brasil, Colombia, Irlanda, Chile, México, China, etc.). El tema del emprendimiento es parte de la fórmula de fomento de la producción económica y social de los países desarrollados, y sin excepción, todos los países que toman el progreso como el camino hacia el desarrollo, apuestan por el espíritu innovador empresarial de sus ciudadanos. (Rodríguez, 2014)

Luego de analizar el emprendimiento como dinamizador de la economía, la ratio está relacionado con el ambiente de negocios, se puede evidenciar que el ambiente de startups en América Latina y el Caribe no es muy optimista en el 2016. Entre los factores que han afectado el ambiente de negocios incluyen: fuentes de financiamiento, políticas de promoción de startups, formación académica de las personas, dinámica del mercado, accesibilidad a la infraestructura y tendencias del mercado social; aspectos que, según el Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2017) inciden directamente en el entorno empresarial. (Serida et al., 2017, p. 31)

En términos de nivel de educación, los emprendedores de nueva creación a menudo tienen un nivel de educación más alto que los emprendedores establecidos. El 46% entre los emprendedores de startups cuentan con estudios superiores, técnicos o universitarios. Para los empresarios establecidos, este perfil educativo representa el 34.4%. Es en el segmento de emprendedores con educación superior donde existe mayor

potencial para el desarrollo de iniciativas con un alto grado de innovación, por lo que este grupo es tan importante para el desarrollo de programas y políticas de gobierno. (Serida et al., 2017, pp. 49-50)

La evaluación del emprendimiento en nuestro país según la investigación GEM en Perú, los puntajes obtenidos en los indicadores de percepción, actitud y valoración del emprendimiento se encuentran por encima del nivel promedio de los países que conforman la región latinoamericana. En este sentido, en América Latina y el Caribe, Perú es el tercer país con mayor percepción de oportunidad de negocio, el primero con mayor percepción de facilidad para emprender y el tercero con mayor percepción en cuanto a emprendimiento. Por eso, en los últimos nueve años, la mayoría de estos indicadores han tenido una tendencia a la baja. Según el estudio, la percepción de oportunidad y capacidad de desempeño ha pasado de 61% y 74% en 2009 a 56% y 71,8% en esta última edición, respectivamente, lo que observamos va disminuyendo paulatinamente. Del mismo modo, se puede observar que la evaluación del emprendimiento como una buena elección de carrera, el emprendimiento como fuente de prestigio y estatus, y la atención de los medios al emprendimiento también tienden a despejar la tendencia a la baja. Estos indicadores disminuyeron de 88%, 75% y 85% en 2009 a 65.7%, 62.4 % y 72% respectivamente. Por el contrario, el miedo al fracaso se mantiene estable durante este período. (Serida et al., 2020, p. 25)

Si bien es cierto existe una gran cantidad de universidades existentes en todo el país, son pocas las que promueven el emprendimiento en sus estudiantes. Según el censo universitario de 2010, de 100 estudiantes universitarios, 46 dijeron que había cursos de emprendimiento en su universidad, 30 dijeron que no existían en su programa de capacitación y 23

personas no saben. Esto demuestra que promover el emprendimiento de los jóvenes estudiantes en las universidades es un rumbo que comienza a formalizarse en el país. (Pérez, 2012, p. 52)

Por otra parte, la ley 30220 ley universitaria en su artículo 52 señala sobre incubadoras de empresas:

La universidad como parte de su actividad formativa, promueve la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y micro empresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de equipos e instalaciones de la institución. Los órganos directivos de la empresa en un contexto formativo, deben estar integrados por estudiantes. Estas empresas reciben asesoría técnica o empresarial por parte de los docentes de la universidad y facilidades en el uso de los equipos e instalaciones. Cada universidad establece la reglamentación correspondiente. (Ley Universitaria N° 30220, 2014,p.08)

La Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, es un ente que brinda formación profesional integral y realiza investigación científica, humanista y tecnológica de calidad para el desarrollo de la región Apurímac y el país.

Las universidades, principalmente de la carrera profesional de Administración de Empresas, deben garantizar la formación de profesionales emprendedores con el fin de que los graduados no estén desempleados al culminar su carrera profesional; de tal modo aportarían a la sociedad a partir de la generación de ideas de negocios; por ende, la generación de autoempleos y empleos. Las Instituciones de Educación Superior Universitaria, deben garantizar la formación de profesionales emprendedores, a partir del reconocimiento de la capacidad de emprender

que puede ser enseñada, inculcada y desarrollada; según el ámbito de la carrera se espera que sean emprendedores de empresas creadores de proyectos de ideas de negocios y que generen fuentes de trabajo; ya que, este es su principal función; que debe de generarse como una estrategia por parte de la universidad.

Por otro lado (Arroyo y Valle, 2020, pp. 197-209), en la escuela de administración de empresas se hizo la investigación con respecto a las capacidades empresariales y emprendimiento de negocio por graduados en este caso en la universidad nacional José María Arguedas donde se analizó a una muestra de 94 graduados de una población de 194 de los cuales llegaron a la conclusión de que solo 15 (el 16%) emprendieron un negocio, y 79 no emprendieron (el 84%) cuyo empleo identificado fue dependiente. Los 15 emprendedores obtuvieron notas entre 13 y 14 por tal motivo se confirma que no está cumpliendo con el perfil del egresado. entre la formación académica y el emprendimiento empresarial de los egresados se llegó a la conclusión de que los cursos de especialidad que se enseñan e instruyen en la universidad, tiene una incidencia mínima a regular en los estudiantes para que estos puedan emprender.

El problema identificado se centra en que se observó e indagó respecto a que existen debilidad en la personalidad, relacionado a su comportamiento de osadía, empuje o ganas; en la resiliencia; en la percepción los graduados presentan bifurcación de objetivos, que denotan ansiedad por alcanzarlos, toman demasiada energía, se cruzan prioridades generando incumplimiento de procesos también existen frenos que le impiden proseguir y tomar decisiones, para recuperar resultados a la adversidad, más aún presentan aversión al riesgo; y respecto al aprendizaje del graduado, es lento y repetitivo. Dentro de la gestión empresarial del

graduado, existen problemas, presentan debilidades en la forma de iniciar y manejar un negocio ante diversas situaciones; en el espíritu empresarial del graduado encontramos que presentan cuadros de aversión al riesgo, además de insistir en proseguir con un negocio que no tiene respuesta por el mercado; la cultura empresarial, está en proceso de consolidación.

Por tal motivo, el interés por investigar este tema surge por querer saber que tanto incide la motivación en la decisión de emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- b. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la percepción y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- c. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas,

Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?

- d. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- e. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la personalidad y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- f. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- g. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- h. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?
- i. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas,

Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?

1.3. Delimitación

1.3.1. Delimitación espacial

La delimitación de la presente investigación se desarrolló como se detalla a continuación:

- Lugar: Universidad Nacional José María Arguedas
- Distrito: San Jerónimo
- Provincia: Andahuaylas
- Departamento: Apurímac.

1.3.2. Delimitación temporal

La investigación se desarrolló en relación a hechos correspondientes de los años 2017 al 2020 y en el año 2022 se realizó la recolección de la información y sobre las cuales se analizó e hizo una descripción con respecto a los objetivos establecidos.

1.3.3. Delimitación teórica

La investigación abordará temas principales que se enmarca en temas que tiene que ver con la motivación y el emprendimiento empresarial, donde se analizaran definiciones, conceptos, características, y otros elementos, para ampliar los conocimientos y de esa manera poder establecer sus dimensiones. La investigación se apoya en: La teoría de motivación expuesta en forma resumida por Chiavenato en el año 2009, y construida, ampliada por los autores Robbins y Coulter del año 2014, cuyas dimensiones son: la percepción, la personalidad y el aprendizaje; que coinciden los tres autores, para la primera variable. La segunda variable, se soporta en: La teoría del emprendimiento empresarial de Varela y Mora,

cuyas dimensiones son: gestión empresarial, espíritu empresarial y la cultura empresarial.

1.4. Justificación

Bernal (2010), define que la justificación de una investigación “consiste en exponer los motivos por los cuales es importante llevar a cabo el respectivo estudio”. (p. 109)

La investigación planteada contribuirá a generar un modelo para entender este importante aspecto debido a que se describen estrategias de gran interés y novedosas para los graduados de la carrera de Administración de Empresas. Asimismo, los resultados del estudio ayudarán a crear una mayor conciencia mediante estas acciones, al iniciar un negocio el riesgo al fracaso se verán reducidas ya sea mediante el asesoramiento y la preparación durante la formación profesional adecuada a los futuros profesionales por ende se podrán determinar los requisitos y aspectos que influyen tanto internas como externas para el inicio de un negocio y finalmente, la puesta en marcha, logrando mantener a los graduados en la ciudad, ya que muchos de los graduados optan por salir a otras ciudades donde puedan acceder a fuentes de trabajo por el crecimiento del desempleo y las escasas oportunidades generadas; de tal forma generaran nuevas oportunidades de empleos en el Departamento de Apurímac.

1.4.1. Justificación teórica

La investigación surge ante la necesidad de propiciar la reflexión sobre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas. Porque cuenta con diversas perspectivas con respecto a las variables bajo estudio, que pueden utilizarse de sustento para investigaciones futuras, fortaleciendo el conocimiento de la temática

de la motivación, a partir de la estimulación de un individuo el cual incide en el logro de sus metas y objetivos propuestos. El emprendimiento empresarial es la generación de negocios a partir de una idea, y esa idea se concretiza para su ejecución en un plazo determinado.

1.4.2. Justificación práctica

La investigación proporcionará información útil y de importancia sobre la motivación para el emprendimiento empresarial en los graduados, y de que, además; servirá para que la escuela profesional pueda implementar estrategias y mejoras adaptadas a la realidad de los graduados para inculcar profesionales con visión al futuro y tener criterios de cómo realizar emprendimientos.

1.4.3. Justificación metodológica

La investigación seguirá correctamente cada paso del proceso de la investigación ya que se apoyará en técnicas validadas, probadas, sumando al procedimiento replicable para alcanzar los objetivos señalados. Permitirá adaptar un instrumento validado para el recojo de datos que contribuirá a sostener la discusión y conclusiones; por otro lado, también se podrá usar el procedimiento para futuras investigaciones en contextos diferentes.

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Establecer el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

1.5.2. Objetivos específicos

- a. Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- b. Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- c. Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- d. Determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- e. Determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- f. Determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

- g. Determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- h. Determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- i. Determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Antecedentes

A nivel internacional

Calero et al. (2020), realizaron la investigación: *La motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios caso: universidad Técnica de Manabí, Colombia*. En el trabajo investigativo se analizó el grado de motivación que tienen los alumnos de la Universidad Técnica de Manabí para realizar emprendimiento e innovación, sus aspiraciones, las oportunidades que ven en el mercado, el aprendizaje que deben desarrollar en sus carreras para que los direccionen hacia una vida económicamente activa; donde cada uno es su patrono y no dependen de los negocios/empresas ya establecidas para el sustento de sus hogares. Es una investigación de campo, bibliográfica-documental, se define como exploratoria-descriptiva, recolecta datos cuantitativos a través de una encuesta aplicada a estudiantes. El diseño es no experimental debido a que los datos de interés se obtuvieron en forma directa de la realidad.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- La información analizada concluye que la mayoría de los estudiantes están motivados por la innovación y el emprendimiento.
- Las preguntas analizadas indican que los estudiantes universitarios tienen iniciativa para hacer cosas nuevas, buscan oportunidades de negocio y crean algo que no encuentran en el mercado, o si es así no da los resultados que uno esperaría.
- Las oportunidades de aprendizaje y de negocios son lo que consideran más importante para el futuro de su vida. Como todas las personas con negocios, consideran que los beneficios económicos son importantes.

Pérez et al. (2016), realizaron la investigación: *El desarrollo de la motivación emprendedora en estudiantes de turismo. Un análisis comparado entre alumnos de grado y postgrado Madrid*; el presente trabajo desarrolló un modelo que incluye aquellos factores que permiten actuar sobre la intención emprendedora de los estudiantes del ámbito del turismo. La investigación tiene un enfoque teórico basado en los fundamentos de la teoría intencional desde una perspectiva de la educación superior. Se utilizó una encuesta con una muestra de 122 estudiantes de turismo, que incluye graduados y estudiantes de grado. El diagnóstico propone que las actividades curriculares y extracurriculares tienen un efecto diferente en las intenciones, las actitudes y las capacidades para el desarrollo del proyecto empresarial.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Se encuentra que los estudiantes de turismo están principalmente motivados para iniciar sus propios negocios, como lo demuestran sus actitudes y habilidades emprendedoras, las cuales no difieren de otras ocupaciones tradicionales relacionadas con los negocios. También hubo una diferencia, aunque no significativa, en la efectividad de las actividades curriculares y extracurriculares en los dos grupos de estudio. Hablando con el Departamento General de Negocios (2008), se dio como recomendación de política el desarrollo de programas de educación empresarial en dirección a los grupos objetivo.
- En cuanto al resultado del desarrollo de competencias, la metodología utilizada en la formación debe basarse en el trabajo de los estudiantes, posiblemente en su propio desarrollo personal, y no únicamente en el trabajo del docente. Por tanto, los programas clásicos sobre los que se

desarrollan, especialmente el conocimiento de la empresa y su entorno, no aportan mucho al desarrollo de las competencias empresariales.

- Otro aspecto de los hallazgos es la interacción entre el contenido curricular y el modularidad de los estudios de turismo. Recomendamos introducir créditos obligatorios para startups en carreras de turismo. En línea con esta recomendación, también recomendamos incluir un número mínimo de créditos en el área de habilidades de desarrollo personal, así como habilidades de interacción y gestión.

Taco (2020), realizó la investigación: *El emprendimiento como alternativa laboral para los Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018. Ecuador.* Cuyo objetivo es el de aportar con estrategias a la formación de emprendimientos de graduados, que permitan consolidarse en el mercado; se estableció una clara metodología de investigación mediante la aplicación del instrumento (encuesta), a una muestra de 65 graduados, que se tabuló e interpretó los resultados obtenidos, verificando la relación de las variables planteadas; y finalmente a través de las conclusiones y recomendaciones se ha comprobado el problema planteado.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Como resultado del cumplimiento del primer objetivo, se ha recopilado toda la información proporcionada por el egresado en temas netamente empresariales, su importancia, aportando factores de éxito al éxito de su negocio, los obstáculos que encontró durante el proceso de puesta en marcha. y sobre todo su implantación, contribuyendo así a la mejora de la economía ya la creación de más puestos de trabajo
- Para el segundo objetivo planteado, se utilizan métodos y herramientas de investigación (encuestas), que sirven para recabar información

precisa que permita el análisis pertinente, identificando así las causas subyacentes, se considera que la causa principal es la limitante del desempeño de las empresas por los egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial, en este caso por la falta de recursos económicos y poca afirmación de las políticas fiscales, en el momento del financiamiento y sobre todo la adopción de la herramienta ha determinado que existe una tendencia hacia los egresados . a incluir en la propuesta.

- Y finalmente, con un tercer objetivo, se puede constatar que se debe establecer un plan estratégico para contribuir a la formación emprendedora de los egresados de ingeniería comercial, incluyendo libros de puesta en marcha política, apoyo en la formación de emprendedores con potencial, promover el emprendimiento desde la de partida, promover la vocación y la capacidad emprendedora de los jóvenes, tienen sentido en la medida en que completan la cadena de valores que impulsan el crecimiento de las empresas en el largo plazo y les permiten realizar aportes concretos a la implantación a largo plazo de la empresa en el mercado

Cervantes y Narváez (2021), realizaron la investigación: *Cualidades emprendedoras del graduado de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia*. El presente artículo busca identificar las cualidades emprendedoras del graduado de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, con lo cual se podrán crear los cursos que promuevan el desarrollo integral y las capacidades de las personas orientándolos hacia un mundo productivo que dé cuenta de la aplicación de la Ley 1014 de 2006 para fortalecer el emprendimiento en el país. Se tomo la metodología de estudio con alcance exploratorio, descriptivo y correlacional con enfoque

cuantitativo, luego de establecer las cinco (05) variables clave: iniciativa, creatividad, tolerancia al riesgo, perseverancia y planeación. Se diseña un instrumento tipo cuestionario de 15 preguntas y cuatro (4) criterios de evaluación cada uno. Se aplica a una muestra de 519 graduados de las 5 escuelas durante el año 2014 al 2018.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Los resultados muestran diferencias significativas entre los egresados de cada facultad o rama en cuanto al desarrollo de competencias y la expresión de rasgos emprendedores, entre los que destacan los de la Facultad de Administración, ECACEN Contabilidad, Economía y Comercio, seguidos de la Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades y la Escuela de Ciencias Básicas ECSAH, Tecnología e Ingeniería ECBTI, que deben incluir microprogramas especializados, el tema se refiere a las 5 variables más relevantes del perfil del emprendedor exitoso, enmarcado en la Ley 1014 de 2006 y PAPS como hoja de ruta de la UNAD, que tenga en cuenta la formación integral y fortalezca el ecosistema del emprendimiento colombiano como política pública.
- Si bien es cierto que en Colombia existe normativa en temas de emprendimiento, es claro que los lineamientos sobre la formación de una cultura emprendedora por parte del Ministerio de Educación Nacional de Colombia solo son relevantes para los niveles de educación preescolar, educación básica, educación primaria, secundaria y educación media. Para las instituciones de educación superior, la educación para el emprendimiento se gestiona de manera autónoma de acuerdo con los requisitos de cada programa universitario de pregrado y posgrado establecidos por sus propias divisiones, desarrollar cursos que hayan

visto estudiantes de niveles anteriores. Así, en el caso de la Universidad Nacional a Distancia y Abierta de la UNAD, existen diferencias en los perfiles emprendedores de los egresados.

- Algunas otras habilidades requeridas para formar un perfil de posgrado completo son el espíritu empresarial, la gestión de estadísticas financieras, negociación y habilidades diplomáticas, resolución de conflictos, responsabilidad social, gobernanza del programa regulatorio, innovación y liderazgo. A nivel mundial, el emprendimiento ha sido analizado y estudiado porque su impacto en la sociedad y su desarrollo es innegable. Dirigir adecuadamente esta dinámica productiva beneficia no solo aspectos como la formación académica y la generación de empleo, sino también todos los aspectos asociados a la dinámica organizada para promover el desarrollo integral en un período competitivo.
- Al igual que el Global Entrepreneurship Monitor (2019) que mide el dinamismo de la actividad empresarial en Colombia, las condiciones estructurales para el desarrollo empresarial no han mejorado significativamente en los últimos años, por lo que es importante destinar recursos para la formación en educación empresarial de docentes y profesores para estimular una mayor provisión de educación empresarial en todos los niveles, para mejorar aún más la cultura empresarial. el espíritu empresarial en las instituciones educativas, para desarrollar habilidades empresariales como la creatividad, la innovación y el espíritu empresarial entre las personas en todos los niveles del sistema educativo, y para promover iniciativas empresariales de jóvenes estudiantes, desde temprana edad, a través de concursos, ferias, visitas a empresas y visitas de negocios.

A nivel nacional

Machaca et al. (2021), realizaron la investigación: *Motivación y emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios de la región Puno*. El objetivo de esta investigación es la de conocer el grado de incidencia entre la motivación y emprendimiento empresarial de estudiantes universitarios de la región Puno. La metodología toma el enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo-correlacional y de tipo básica. La investigación se hizo con una muestra de 213 estudiantes universitarios de las distintas universidades de la región Puno, de los últimos semestres académicos; el acopio de datos se hizo mediante la aplicación de un cuestionario a los mismos estudiantes de la muestra.

La investigación llegó a la siguiente conclusión:

- La motivación de los estudiantes universitarios es favorable en un 62,9%, sin embargo, el nivel de emprendimiento tiene un índice menor superando el 45,5%, de igual forma este resultado se corrobora con las estadísticas del artículo probado con los resultados $Z_c = 15,16$, superior al valor $Z_t = 1,96$, con el nivel de significación $\alpha = 0,05$, se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto, se concluye que la motivación incide directamente en el emprendimiento de los estudiantes universitarios de las escuelas profesionales de administración de la región Puno.

Hincho y Mamani (2018), realizaron la investigación: *El Emprendimiento Empresarial de los egresados de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017*. Se tuvo como objetivo de la investigación comparar el emprendimiento empresarial de los egresados de las Carreras Profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017. La

metodología corresponde al tipo descriptivo, el diseño no experimental de corte transversal, para la recolección de datos se elaboró y validó un cuestionario de naturaleza mixta sobre el Emprendimiento Empresarial, la población a estudiar estuvo constituida por 740 egresados entre el periodo del 2014 al 2017 la muestra se obtuvo a través del muestreo probabilístico simple y estratificado, haciendo un total de 189 egresados.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- La prueba ANOVA de una vía confirmó la existencia de una diferencia estadísticamente significativa en la capacidad empresarial de los profesionales egresados, $F = 4,786$; tiene un nivel de significación inferior al 5% ($p < 0,05$). Por otro lado, con la prueba de Tukey, el tercer grupo muestra una tendencia a constituir micro, medianas y grandes empresas, que son ocupaciones profesionales con estas características empresariales. Administración, Ingeniería Forestal y Medio Ambiente, Ecoturismo, Contabilidad y Finanzas, Medicina Veterinaria e Ingeniería Agroindustrial, con mayor proporción de creación de empresas ($p = 0,089$) en contraste con las carreras profesionales de educación, informática e ingeniería, derecho y ciencias políticas y enfermería asistencial.
- Se ha comprobado mediante la prueba ANOVA de un factor, la existencia de una diferencia estadísticamente significativa entre las actitudes y habilidades Emprendedoras en la profesión, $F = 3.265$; tiene un nivel de significación inferior al 5% ($p < 0,05$). Por otro lado, con la prueba de Tukey se encuentra que el tercer grupo incluye ocupaciones especializadas integradas por administración, contabilidad y finanzas, ingeniería forestal y ambiental, ecoturismo, enfermería, veterinaria e ingeniería agroindustrial con actitudes y habilidades emprendedoras con

un porcentaje mayor ($p = 0.12$) a diferencia de las carreras profesionales de Educación, Ingeniería de Sistemas e Informática y Derecho y Ciencias Políticas

- Se ha comprobado mediante la prueba ANOVA sobre un factor, la existencia de diferencia entre las capacidades emprendedoras del emprendedor en los graduados de las diferentes carreras profesionales siendo $F = 3.168$; tiene un nivel de significación inferior al 5% ($p < 0,05$). Por otro lado, con la prueba de Tukey que muestra todas las ocupaciones de especialización (Ciencias políticas y Derecho, Ingeniería de sistemas e informática, Enfermería, Educación, Ingeniería forestal y ambiental, Administración, Contabilidad y finanzas, Ecoturismo, Medicina veterinaria e Ingeniería agroindustrial) hay habilidades emprendedoras para generar negocios, las cuales se consideran estadísticamente equivalentes ($p = 0,059$).
- Se ha demostrado mediante la prueba ANOVA de un factor, la existencia de una diferencia estadísticamente significativa entre la experiencia empresarial de los egresados de ocupaciones especializadas $F = 8.760$; $p < 0.05$. Con la prueba de Tukey, en cambio, el tercer grupo incluye ocupaciones especialistas integradas por Ecoturismo, Derecho y Ciencias Políticas, Administración, Contabilidad y Finanzas, Ingeniería Forestal y medio Ambiente, Medicina Veterinaria, Ingeniería Agroindustrial que tuvieron un mayor porcentaje de experiencia empresarial ($p = 0.057$) a diferencia de las carreras profesionales de Educación, Ingeniería en Sistemas e Informática y Enfermería.

Por su parte Pérez (2019), realiza la investigación: *El clima motivacional y el emprendedurismo como factores del desarrollo de la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la*

UNMSM. Tiene como objetivo determinar la influencia de los factores de clima motivacional y emprendedurismo en el desarrollo de la Cultura Emprendedora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM es una investigación no experimental, así mismo, es de carácter cuantitativo correlacional y transversal, la población de estudio está conformada por los estudiantes matriculados el semestre académico 2017 II correspondientes del 8vo y 10mo ciclo de la Facultad estuvo constituida por 645; la muestra se obtuvo a través del muestreo probabilístico simple y estratificado, haciendo un total de 365 las cuales se les hizo la encuesta.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Luego de comparar y validar la hipótesis general, se concluye que la variable clima motivacional y la variable emprendedurismo contribuyen al desarrollo de la cultura emprendedora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Esto sucede debido a la estructura combinada del desarrollo del comportamiento y la actitud, junto con el conocimiento, las habilidades y las destrezas empresariales. Las teorías de la motivación juegan un papel clave en la comprensión y el manejo efectivo de estos constructos conductuales y motivacionales en la evolución de la cultura corporativa.}
- La variable clima motivacional incluyen las siguientes dimensiones: Percepción de liderazgo orientado al emprendimiento, capacidad organizacional orientada al emprendimiento, promoción de la innovación y la creatividad, y apoyo y promoción del emprendimiento. Esta variable se relaciona significativamente con el desarrollo de la cultura emprendedora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Un objetivo central de una cultura emprendedora es mantener un ambiente propicio para discutir, proyectar y establecer nuevos negocios.

Esto configura a la universidad como un laboratorio, donde se prueban nuevos productos, bienes y servicios y nuevas instituciones, conocidas como parte del motor del crecimiento económico.

- La variable de emprendedurismo incluyen dimensiones de capacidad de liderazgo, motivación de logro, innovación y creatividad, actitud proactiva, perseverancia para emprender tomando riesgos, comprensión de las regulaciones, creatividad empresarial, ideas empresariales, conocimiento del capital, plan empresarial, experiencia en continuidad empresarial. Esta variable está significativamente relacionada con el desarrollo de la cultura emprendedora. de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Podemos sintetizar las bases de la cultura emprendedora en estos ámbitos, que se incorporarán a la consultoría financiera, organizativa y de gestión.

A nivel local

Huaraca y Cáceres (2017), realizaron la investigación: *La formación profesional y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, 2014* en la ciudad de Abancay. La investigación tiene por objetivo "Determinar la influencia de la formación profesional en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la escuela académico profesional de administración". Para ello fue fundamental evaluar el proceso de enseñanza y aprendizaje, así como las iniciativas de emprendimiento que tienen los estudiantes y la determinación de los principales factores de motivación empresarial. Metodológicamente se aborda desde la perspectiva del tipo de estudio básico-correlacional que busca encontrar el nivel de relación entre las variables de formación profesional y emprendimiento empresarial. La población está comprendida

de 489 estudiantes y una muestra de 150 estudiantes que fueron encuestadas a través de un cuestionario de 29 preguntas cerradas, las cuales fueron contrastados con la prueba de hipótesis.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- Los aprendizajes en la formación profesional tienen una influencia significativa en el emprendimiento de los estudiantes, ya que el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes es fundamental para iniciar un negocio, así como la identificación y análisis de los motivos emprendedores, porque de ellos dependerá que los estudiantes generen ideas de negocios. y llevarlos adelante.
- El proceso de enseñanza afecta en gran medida las iniciativas emprendedoras de los estudiantes de manera negativa debido a condiciones de enseñanza inadecuadas como la secuencia de asignaturas en el plan de estudios, la capacitación de docentes y la organización de talleres sobre emprendimiento que intervienen en la generación de pequeñas ideas de negocios, demostrando su falta de actitud de desarrollo.
- El proceso de aprendizaje tiene una influencia moderada en el desarrollo y análisis de los factores de motivación empresarial porque, a pesar de que los estudiantes tienen una baja motivación de aprendizaje, tienen la capacidad de analizar e identificar las capacidades innovadoras de la empresa, así como la capacidad de competir. en el mercado.
- Las iniciativas emprendedoras que tienen los estudiantes universitarios son moderadas, ya que de una forma u otra muchas veces se les ocurre una idea de negocio, sin embargo, no tienen la actitud y la cantidad de tiempo necesario para desarrollar y poner en marcha un proyecto empresarial que perdurará en el tiempo.

- Las principales motivaciones emprendedoras de los estudiantes son las condiciones emprendedoras y las condiciones ambientales, ya que los estudiantes consideran fundamental, en primer lugar, tener las actitudes necesarias que los motiven a iniciar su propia empresa y, por otro lado, analizar las condiciones del medio ambiente, a través del estudio de oportunidades de mercado y competitividad.

Por su parte Ortega (2018), realizó la investigación: *Nivel de emprendimiento en los estudiantes del décimo semestre de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2018*. La investigación tiene como objetivo determinar el nivel de emprendimiento de los estudiantes de décimo semestre de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2018; se ha desarrollado en base al alto nivel de demanda laboral y el poco emprendimiento de los egresados de la Universidad, la metodología utilizada es del enfoque cuantitativo de tipo descriptivo simple, de diseño no experimental – transaccional. La muestra se ha considerado una muestra no probabilística considerando la misma cantidad de la población que es 31 estudiantes. El instrumento aplicado para la recolección de información fue el cuestionario con una escala Likert que consta de 24 ítems con escala de cinco alternativas, para su confiabilidad del instrumento se validó a través del juicio de expertos para verificar su consistencia interna.

La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- En comparación con el objetivo general (nivel de emprendimiento), entre todos los encuestados, el 35,48% considera que la capacidad empresarial es media. De acuerdo a este resultado, el estudio concluye que el nivel de emprendimiento de los estudiantes de décimo semestre de la Universidad Nacional José María Arguedas es moderado, razón

por la cual la Universidad debe considerar e implementar estrategias para mejorar esta problemática que tienen sus estudiantes.

- Para el objetivo específico 1 (autoconfianza), los resultados nos muestran que el 25.81% de los encuestados mencionaron que tienen un alto nivel de confianza en sí mismos, siguiendo este resultado, concluyendo que la confianza en los estudiantes de la Universidad Nacional José María Arguedas en los indicadores: habilidades, toma de decisiones e identidad; tienen un alto nivel de autoconfianza, lo cual es un buen indicador porque los estudiantes creen en sus habilidades y destrezas para poder emprender una actividad económica generadora de ingresos.
- En cuanto al objetivo específico 4 (perseverancia), los resultados muestran que el 38,71% de los encuestados mencionaron un nivel moderado de perseverancia. De acuerdo a este resultado, se concluye que los estudiantes del décimo semestre de la Universidad Nacional José María Arguedas tienen un nivel moderado de perseverancia, en relación a los siguientes indicadores: retos y metas que tienen y motivación que los impulsa a seguir metas. Este resultado no es positivo sino negativo, por lo que las universidades necesitan hacer más esfuerzos para mejorar este aspecto.
- Objetivo general: resultados obtenidos de las dimensiones al aplicar la encuesta a los estudiantes del 10° semestre de la Universidad Nacional José María Arguedas y luego procesar los datos, llegando a conclusiones: los estudiantes tienen niveles altos de autoconfianza y la creatividad son moderadas, así como la autoconfianza los niveles son iniciativa moderada y persistencia moderada.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Motivación

Según Chiavenato (2009), la palabra motivación “proviene del latín movere, que significa mover; está íntimamente relacionado con el comportamiento y el desempeño de las personas” (p. 256). “La motivación es un proceso psicológico básico. Junto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importantes para comprender el comportamiento humano” (p.235).

Para Lussier y Achua (2008), definen a la motivación “es todo aquello que influye en el comportamiento cuando se busca obtener cierto resultado”. (p. 75)

Por su parte Vásquez (2018), define que la motivación “es la palanca que mueve toda conducta, lo que nos permite provocar cambios tanto a nivel escolar como de la vida en general”.

Así, tomando a estos autores como puntos de referencia, se puede definir la motivación como el estímulo interno o externo que recibe la persona para poder realizar una actividad y el proceso mediante el cual las personas nos planteamos unos objetivos y metas determinadas, con el fin de lograr la meta y el objetivo fijado.

Por otro lado, (Robbins y Coulter, 2014, p. 506), definen “son los procesos que inciden en la energía, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo”. Los tres elementos clave son:

La energía es una medida de intensidad, dinamismo y potencia. Una persona motivada se esfuerza para trabajar duro. Sin embargo, también hay que tener en cuenta la calidad de este esfuerzo, así como su intensidad. Un gran esfuerzo no conduce

necesariamente a resultados laborales favorables a menos que el esfuerzo se canalice a favor de la organización. Queremos que los esfuerzos de los empleados estén dirigidos y alineados con los objetivos de la organización. Finalmente, la motivación incluye un aspecto de persistencia. Queremos que los empleados perseveren en sus esfuerzos por lograr estos objetivos

2.2.1.1. Tipos de motivación

El grado de motivación de cada individuo no es directamente proporcional al valor de aquello que lo provoca, sino que es la importancia que le da la persona que lo recibe la que determina la fuerza o el nivel de motivación. (Álvarez y Rojas, 2021, pp. 40-41)

A continuación, explicaremos los distintos tipos de motivación:

- a. Motivación intrínseca:** son estímulos internos que tiene una persona para realizar una actividad que proviene del interés propio (se da dentro del individuo), sin que factores externos interfieran en la decisión de realizar esta acción. En cuanto al aprendizaje, se refiere al afán del estudiante por aprender, porque piensa en su propio beneficio. Por lo tanto, esta motivación surge de la propia persona, es decir, de sí mismo, mientras que coinciden aspectos internos como: la autodeterminación, la curiosidad, el desafío y el esfuerzo, dirigiendo sus acciones hacia una meta o fin específico.
- b. Motivación extrínseca:** es el estímulo externo que recibe una persona al realizar una acción o desarrollar una actividad. Por tanto, esta motivación está relacionada con hechos externos que crean en el individuo cierta actitud y aptitud de empatía para evaluar una actividad o una acción, la motivación externa que

tiene una persona es sacar buenas notas para aprobar la asignatura. Es así como se produce esta motivación porque el individuo dirige este interés hacia la consecución de la recompensa. El estímulo externo se basa por tanto en los beneficios que obtendrás si realizas una determinada acción o actividad.

- c. Motivación trascendental:** es el resultado que la acción realizada por una persona provoca en otra (ayudar a un colega). (Muñoz, 2018, p. 5)

2.2.1.2. Principales teorías de la motivación

Según (Lussier y Achua, 2016, pp. 80-95) analizaremos las teorías de la motivación y la forma de usarlas para motivar a otros y a nosotros mismos; las cuales se desglosarán a continuación:

1. Teoría de la motivación del contenido

Se enfocan en explicar y predecir el comportamiento en función de las necesidades de las personas. La razón principal por la que las personas hacen lo que hacen es para satisfacer su necesidad o deseo.

A. Teoría de la jerarquía de necesidades. En la década de 1940 Abraham Maslow desarrolló la teoría de la jerarquía de necesidades, propone que las personas permanecen motivadas a lo largo de cinco niveles de necesidades:

- Necesidades fisiológicas: Se refieren a las necesidades primarias o básicas: aire, comida, refugio, sexo y alivio o evasión del dolor.

- Necesidades de seguridad: Una vez que se satisfacen las necesidades fisiológicas, la persona se preocupa por la seguridad y la estabilidad.
- Necesidades de pertenencia: Después de establecer la seguridad, las personas buscan el amor, la amistad, la aceptación y el afecto. La necesidad de pertenencia también se conoce como necesidad social.
- Necesidades de estima: una vez satisfechas las necesidades sociales, los individuos se enfocan en sí mismos, el estatus, la autoestima, el reconocimiento de los logros y los sentimientos de confianza y prestigio.
- Necesidades de desarrollo personal: el nivel más alto de necesidad es desarrollar todo el potencial de la persona. Para ello, es necesario buscar el crecimiento, el éxito y el progreso.

B. Teoría de los dos factores. En la década de 1960, Frederick Herzberg publicó su teoría de dos factores. Combinó las necesidades de bajo nivel en una clasificación que designó higiene o mantenimiento y las necesidades de alto nivel en una clasificación que denominó motivación. Propuso que las personas están motivadas por factores motivadores más que por factores de mantenimiento.

- Mantenimiento: factores extrínsecos también se denominan motivación extrínseca porque la motivación proviene del exterior de la persona y del trabajo mismo. Las motivaciones extrínsecas incluyen salarios, seguridad laboral, condiciones de trabajo,

beneficios y relaciones. Estos factores están relacionados con un bajo nivel de satisfacción de necesidades.

- **Motivadores:** Factores Intrínsecos asumen que la motivación viene desde dentro de una persona a través del trabajo mismo. Estos incluyen éxito, reconocimiento, desafíos y progreso. Estos factores se relacionan con un alto grado de satisfacción de necesidades y son mejores para la motivación que los factores extrínsecos.

C. Teoría de las necesidades adquiridas. Plantea que las personas están motivadas por su necesidad de logro, poder y afiliación. Básicamente se la conoce hoy como la teoría de las necesidades adquiridas porque David McClelland no fue el primero en estudiarla. Dado que otros autores de administración llamaron a la teoría de la necesidad adquirida de McClelland, Henry Murray desarrolló la teoría general de la necesidad y luego fue adaptada por John Atkinson y David McClelland. Aquí hay algunas ideas para motivar a los empleados en función de su necesidad principal:

- **Motivar a los empleados con una alta necesidad de logro.** Presentar tareas desafiantes, fuera de la rutina, con metas claras y alcanzables. Proporcionar retroalimentación regular y oportuna sobre su desempeño continuamente aumentando la responsabilidad de hacer cosas nuevas.

- Motivación de los empleados con una alta necesidad de poder. Permítales planificar y inspeccionar su trabajo tanto como sea posible. Trate de incluirlos en el proceso de toma de decisiones, especialmente cuando se vean afectados por la decisión. A menudo tienen éxito solos en lugar de en grupo. Trate de darles la tarea completa en lugar de parte de la tarea.
- La motivación de los empleados con una falta necesidad de afiliación. Asegúrese de dejarlos trabajar en equipo; logran satisfacción de las personas con las que trabajan, más que de la tarea en sí. Felicítelos y reconózcalos mucho. Asignar la responsabilidad de la orientación y formación de los nuevos empleados. Son excelentes compañeros y mentores.

2. Teoría de la motivación del proceso

Se orientan en comprender cómo las personas eligen el comportamiento para satisfacer sus necesidades. Van un paso más allá tratando de comprender lo siguiente: por qué las personas tienen diferentes necesidades, por qué sus necesidades cambian, cómo y por qué las personas eligen tratar de satisfacer sus necesidades de diferentes maneras, sus procesos mentales a medida que entienden las situaciones y cómo se juzgan a sí mismos sus necesidades de satisfacción. En esta sección, aprenderá acerca de tres teorías de la dinámica de procesos:

A. Teoría de la equidad: esta es principalmente la teoría de la motivación de J. Stacy Adams, en la que se dice que las

personas están motivadas por la búsqueda de la equidad social en términos de la recompensa que reciben (el resultado) por su desempeño (contribuciones). La teoría de la equidad plantea que las personas están motivadas cuando perciben que sus contribuciones son iguales a sus resultados.

B. Teoría de la expectativa: se basa en la fórmula de Víctor Vroom: $\text{motivación} = \text{expectativa} \times \text{Instrumentalidad} \times \text{valía}$. La teoría de la expectativa plantea que las personas están motivadas cuando creen que pueden cumplir la tarea, que obtendrán una recompensa y que las recompensas por realizar la tarea merecen el esfuerzo. La teoría se basa en los siguientes supuestos: los factores internos (necesidades) y externos (ambiente) influyen en el comportamiento, que es una decisión del individuo; Las personas tienen diferentes necesidades, deseos y objetivos y toman decisiones de comportamiento basadas en su percepción de los resultados. Las tres condiciones para el cambio deben satisfacer la fórmula motivacional de Vroom para que esto ocurra:

- Las expectativas: se refieren a la percepción que tiene la persona de su capacidad (probabilidad) para alcanzar sus metas. En general, cuanto más altas sean las expectativas, mayores serán las posibilidades de motivación. Cuando no creemos que podemos lograr nuestras metas, no tendremos la motivación para intentarlo.
- La instrumentalidad: se refiere a la creencia de que la ejecución conducirá a la recepción de una recompensa. Si

los empleados confían en recibir recompensas, es probable que estén motivados; Si no están seguros, no lo estarán.

- La valía: se refiere al valor que una persona asigna a un resultado o recompensa. En general, cuanto mayor sea el valor (importancia) de un resultado o recompensa, mayores serán las posibilidades de motivación.

C. Teoría del establecimiento de metas. Se atribuye principalmente a Edwin Locke. Sugiere que las metas específicas y desafiantes motivan a las personas, aumentando el compromiso con la meta, la motivación, la energía y la perseverancia. Criterios para la meta: Para que una meta sea efectiva, debe incluir los cuatro criterios enumerados:

- Resultado singular. Para evitar la confusión, cada objetivo debe contener solamente un resultado final. Cuando se enumeran múltiples objetivos se puede cumplir uno, pero no el(los) otro(s).
- Específico. El objetivo no debe ser difuso, como aprender mucho en este curso de liderazgo. Debe establecer el nivel exacto de desempeño esperado, como obtener un 10.
- Medible. El dicho "lo que se mide se hace" es cierto. Si las personas quieren alcanzar sus objetivos, deben poder observar y medir su progreso regularmente para monitorearlos y determinar si se han cumplido los objetivos.

- Fecha objetivo. Es recomendable fijar una fecha concreta para conseguir el objetivo. Cuando las personas tienen plazos, a menudo trabajan más duro para hacer las cosas a tiempo. Si a las personas solo se les pide que hagan algo cuando pueden, solo lo harán cuando tengan que hacerlo.

3. Teoría del reforzamiento. FC Skinner, un teórico del reforzamiento de la motivación, argumenta que no es realmente necesario identificar qué motiva a los empleados, comprender sus necesidades (teoría de la motivación del contenido) o comprender cómo eligen comportarse para lograr su implementación (teoría de la dinámica del proceso). Todo lo que debe hacer un gerente es comprender la relación entre los comportamientos y sus consecuencias, y luego organizar planes de contingencia para reforzar los comportamientos deseados y desalentar los indeseables. Propuso que, a través de las consecuencias del comportamiento, las personas estarán motivadas a comportarse de cierta manera.

Tipos de reforzamiento: Los cuatro tipos de reforzamiento son:

- Reforzamiento positivo: un método para alentar el comportamiento continuo es ofrecer consecuencias atractivas (recompensas) por el desempeño deseado, como salario, promoción, tiempo libre, aumento de estatus, etc. El elogio es un reforzamiento positivo.
- Reforzamiento de evitación: La evitación también se conoce como reforzamiento negativo. Las reglas de penalización están diseñadas para alentar a los empleados a evitar ciertos

comportamientos. No necesariamente deben seguir las reglas, pero a menudo evitan las consecuencias negativas del castigo. Los líderes organizacionales deben hacer reglas, pero las reglas en sí mismas no son castigos.

- El castigo: se aplican solo cuando fallan, lo que esperamos que no suceda. Así que ten en cuenta que esquivar no es castigo real; es la "amenaza" del castigo por control del comportamiento. Así, cuando sea necesario, establecer reglas que contribuyan al desempeño; estos incluyen hostigamiento, retiro de privilegios, período de prueba, multas, despido e indemnización, entre otros. El castigo es el método más controvertido y menos efectivo para motivar a los empleados a desempeñarse. Puede reducir comportamientos inapropiados, pero si se usa en exceso, puede causar otros comportamientos indeseables, como baja moral, disminución de la productividad y actos de robo o vandalismo.
- Extinción: en lugar de alentar el comportamiento deseado, la extinción (y el castigo) intenta reducir o eliminar el comportamiento indeseable. La extinción también incluye ignorar conductas para evitar que un empleado se comporte de cierta manera. Desde otro punto de vista, los gerentes que no recompensan el buen desempeño pueden llevarlos a la extinción. En otras palabras, si se pasa por alto un buen desempeño, los empleados pueden cerrar la puerta porque piensan: "¿por qué debo hacer un buen trabajo si no recibo ninguna recompensa?".

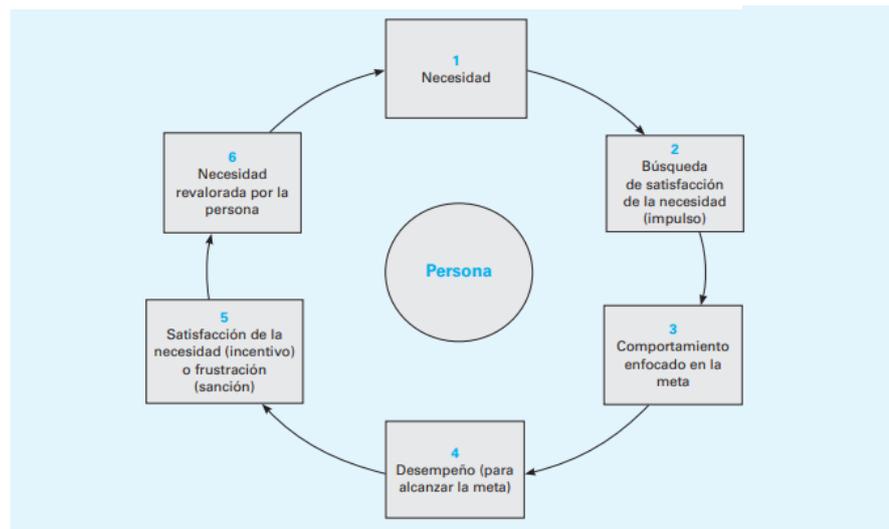
2.2.1.3. Proceso de motivación

Se explica a continuación:

- a. Las necesidades y carencias provocan tensión y malestar en la persona, lo que desencadena un proceso para reducir o eliminar ese estrés.
- b. La persona elige un curso de acción para satisfacer una determinada necesidad o deficiencia, y surge ese comportamiento dirigido a un objetivo (motivación).
- c. Si la persona satisface la necesidad, el proceso de motivación habrá tenido éxito. La satisfacción elimina o reduce la carencia. No obstante, si por algún obstáculo no logra la satisfacción, surgen la frustración, el conflicto o el estrés.
- d. Esa evaluación del desempeño establece algún tipo de recompensa (incentivo) o sanción para la persona.
- e. Se activa un nuevo proceso motivacional y comienza otro ciclo.

Figura 1

Proceso de motivación



Nota. La figura muestra el proceso de la motivación. Fuente: (Chiavenato, 2009, p. 239).

2.2.1.4. Dimensiones de la variable motivación

Nos basamos en la teoría del libro de Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones año 2009 por Idalberto Chiavenato quién sintetiza los elementos que forman la motivación y el soporte amplio en la teoría de Robbins y Coulter, en el libro Administración año 2014, desde la cual obtenemos las dimensiones.

1. Percepción

Robbins y Coulter (2014), definen a la percepción “es un proceso a través del cual damos significado a nuestro entorno, organizando e interpretando las impresiones sensoriales. La investigación en torno de la percepción demuestra, una y otra vez, que los individuos pueden ver un mismo objeto, pero cada uno lo percibirá de una manera distinta”. (p. 463)

Por otra parte, Chiavenato (2009); define como un proceso dinámico mediante el cual las personas tratan de dar sentido al mundo que las rodea. Ese proceso conlleva a que las personas observen en forma selectiva las diferentes partes del entorno, que analicen lo que ven a la luz de sus experiencias pasadas y que evalúen lo que están experimentando en función de sus necesidades y valores. Como las necesidades y experiencias de las personas varían mucho, sus percepciones del entorno también varían. (p. 215)

Factores que influyen en la percepción

Los individuos perciben su entorno en función de sus necesidades y experiencias pasadas. Debido a que el entorno es grande, cambiante y complejo, los humanos no pueden percibirlo

por completo. Así, la persona no capta todo lo que sucede a su alrededor, sino sólo ciertos acontecimientos; eso es percepción selectiva. Él o ella capta sólo lo que es útil o importante en cada situación. Esto se debe a que la percepción es selectiva. Incluso si se nota un objeto o una situación, no hay garantía de que se verá de manera objetiva y realista. El significado que tiene un objeto o situación para una persona dada está influenciado por las necesidades de esa persona. A menudo, la persona distorsiona objetos o situaciones para hacerlos coherentes y congruentes con sus necesidades y valores. Además, lo que sucede en el medio ambiente también afecta la percepción.

Así, los factores externos o internos tienen una profunda influencia en la percepción de un individuo.

a. Factores de la situación: son los elementos de la situación en los que se perciben los objetos, las personas y las situaciones. Cada caso puede estar relacionado con diferentes situaciones. Una persona con traje y corbata sería vista como normal en la oficina, como alguien sofisticado en un bar y completamente fuera de lugar en la playa. Las circunstancias influyen en la percepción. El escenario común en el que ocurren los hechos o situaciones puede hacer que las personas tengan percepciones diferentes.

b. Factores situados en el blanco: Estos son factores dentro del objetivo que se observan. La gente desordenada llama más la atención que la gente callada. El movimiento, el sonido, el tamaño y otros atributos del objetivo también

afectan la forma en que se percibe el objetivo. Las propiedades más importantes son:

- **Intensidad:** cuanto más fuerte es el estímulo, mayor es la perceptibilidad.
- **Tamaño:** Cuanto mayor sea el estímulo, mayor será la capacidad de percepción.
- **Cambio:** cuanto más fácil sea cambiar un estímulo, mayor es la capacidad de percibirlo.
- **Contraste:** a mayor contraste del estímulo, mayor probabilidad de percepción.
- **Repetición:** cuanto más repetido y frecuente sea el estímulo, mayor será la capacidad perceptiva.

c. Factores internos Son los factores psicológicos del observador que trata de explicar lo que percibe. Las características personales, como motivaciones, actitudes, intereses, experiencias pasadas y expectativas, influyen en su interpretación. Algunos de los factores internos clave son:

- **Atención.** Es un elemento muy importante de la percepción porque la concentra en una pequeña parte de los fenómenos que nos interesan. En el estado de vigilia existen muchos estímulos sensoriales que buscan llamar la atención, pero no todos reaccionan de la misma manera. A veces, algunos captan ciertos estímulos, mientras que otros permanecen en un segundo plano.
- **Motivos o aspectos motivacionales.** Los motivos afectan en la percepción. Por ejemplo, si la persona tiene hambre, los estímulos asociados a este motivo se convertirán en el

centro de su percepción. Lo más probable es que esta persona esté más interesada en los restaurantes de la ciudad. Los patrones hacen que la percepción sea selectiva. Las personas a menudo tienen la capacidad de comprender ciertas cosas y eventos, lo que afecta sus procesos de percepción.

- Intereses y valores. Las personas tienden a centrarse en aquellos aspectos del mundo que están relacionados con sus intereses y valores.

2. Personalidad

Robbins y Coulter (2014), definen como la “Combinación única de patrones emocionales, conductuales y de pensamiento que afecta la manera de reaccionar de las personas ante ciertas situaciones o su interacción con sus semejantes”. (p. 455)

¿Puede la personalidad predecir el comportamiento?

Los investigadores han tratado de enfocarse específicamente en identificar los tipos y rasgos de personalidad que brindarán información sobre las personas. Dos de estos esfuerzos han recibido una amplia aceptación: el índice de tipos de Myers-Briggs y el modelo de personalidad de los cinco grandes.

- a. El modelo de los cinco grandes.** En los últimos años, la investigación ha demostrado que todos los rasgos de personalidad se basan en cinco dimensiones básicas que cubren prácticamente toda la variación significativa en la personalidad humana: la tipología de Myers-Briggs.

- Extroversión: La medida en que alguien es sociable, hablador, asertivo y cómodo interactuando con los demás.
- Afabilidad: El grado en que alguien es cortés, cooperativo y confiado.
- Minuciosidad: el grado en que una persona es digna de confianza, responsable, confiable, persistente y orientada a resultados.
- Estabilidad emocional: El grado en que una persona está tranquila, entusiasta y confiada (rasgo positivo) o estresada, ansiosa, deprimida e insegura (rasgo negativo).
- Apertura a la experiencia: la medida en que alguien tiene una amplia gama de intereses y es imaginativo, ama la ficción y es artística e intelectualmente sensible.

b. Indicador de tipo Myers-Briggs: la evaluación MBTI utiliza cuatro dimensiones de personalidad para identificar 16 tipos de personalidad diferentes a partir de las respuestas a un cuestionario de aproximadamente 100 elementos. 16 tipos de personalidad basados en cuatro dimensiones: Extraversión o Introversión (EI), Sensibilidad o Intuición (SN), racional (Thinking) o Emocional (Feeling) (TF) y Juicio o Percepción (JP). La dimensión IE describe la orientación de una persona hacia su entorno externo (E) o el mundo interior de ideas o experiencias (I). La dimensión Sensorial-Intuitiva indica si la persona está más inclinada a recopilar datos para procesar un proceso estándar a partir de datos reales (S) o enfocarse en el panorama general y hacer conexiones entre los datos

(N). La dimensión racional-emocional refleja la preferencia de un individuo por tomar decisiones de forma lógica y analítica (T) o con base en valores y creencias y el impacto que la decisión tiene en los demás (F). La dicotomía calificador perceptiva refleja actitudes respecto a cómo una persona se relaciona con el mundo exterior: de manera planificada u ordenada (J), o de manera flexible y espontánea (P).

3. Aprendizaje

Robbins y Coulter (2014), afirman que el aprendizaje es “Cualquier cambio relativamente permanente en el comportamiento que ocurra como resultado de la experiencia”. (p. 466)

Teorías del aprendizaje

Se han propuesto tres teorías para explicar el proceso mediante el cual adquirimos patrones de conducta.

- a. **Condicionamiento clásico:** esta teoría se remonta a los experimentos del fisiólogo ruso Iván Pavlov a principios de 1900. Básicamente, el aprendizaje de respuesta condicionada implica la formación de asociaciones entre el estímulo condicionado y el estímulo incondicionado. Esta teoría propone que la conducta se produce en función de sus consecuencias. Las personas aprenden a comportarse para obtener lo que quieren o evitar lo que no quieren.
- b. **Comportamiento operante** es aquel que es voluntario o aprendido, contrario al que es reactivo o no aprendido. La tendencia a repetir un comportamiento se ve influida por el reforzamiento, o la falta de éste, que generan las

consecuencias que tiene. Por lo tanto, el reforzamiento fortalece un comportamiento e incrementa la probabilidad de que se repita. Lo que Pavlov realizó por el condicionamiento clásico, lo hizo el psicólogo de Harvard B. F. Skinner para hacer funcionar el condicionamiento operante. Demostró que es más probable que las personas se involucren en los comportamientos deseados si se les refuerza positivamente; estas recompensas serían más efectivas si siguieran inmediatamente a la respuesta deseada; y es poco probable que se repita el comportamiento que no es recompensado o castigado. El condicionamiento operante mostrará que esta práctica es motivadora porque permite a los estudiantes esperar una recompensa (obtener crédito de clase) cada vez que se involucran en un comportamiento particular (tomar clases de aprendizaje; un comportamiento no se refuerza positivamente, lo que reduce la probabilidad de recurrencia.

- c. **Aprendizaje social** las personas también aprenden cuando observan lo que les pasa a los demás, porque les dicen algo y por experiencia directa. Este enfoque de que aprendemos a través de la observación y la experiencia directa se conoce como teoría del aprendizaje social; es decir; asume que el comportamiento se produce en función de las consecuencias; también tiene en cuenta la existencia del aprendizaje por observación y la importancia del conocimiento en el proceso de aprendizaje. Las personas reaccionan a cómo perciben y definen las consecuencias, no las consecuencias objetivas en sí mismas. La influencia de los modelos es de gran

importancia desde el punto de vista de la sociedad del aprendizaje.

Se encontraron cuatro procesos para determinar la influencia de un patrón en los individuos:

- Procesos de atención. Las personas solo aprenden de un patrón cuando reconocen y notan sus características importantes.
- Proceso de retención. La influencia de un patrón dependerá de qué tan bien el individuo recuerde sus acciones, una vez que ya no esté disponible para él.
- Proceso de reproducción motrices. Cuando un observador ve un nuevo comportamiento en el modelo, debe implementarlo. Este proceso demuestra que el individuo es capaz de realizar las actividades modeladas.
- Proceso de reforzamiento. Las personas estarán motivadas para participar en los comportamientos deseados si se ofrecen incentivos o recompensas positivas. Los comportamientos que se refuerzan positivamente reciben más atención, se entienden mejor y se repiten con más frecuencia.

2.2.2. Emprendimiento empresarial

El emprendimiento se define de la siguiente manera:

Proviene de las locuciones latinas in, en, y prendere, coger, cuyo significado es acometer o llevar a cabo. Por extensión, y probablemente por influencia del francés y del italiano, lenguas en la que empresario se dice entrepreneur e imprenditore respectivamente, el vocablo se utiliza para señalar a quien inicia una

empresa. En conclusión, emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción del riesgo a presentarse. Por lo anterior, se concluye que los emprendedores son los principales agentes de cambio de la sociedad ya que aportará de manera benéfica a la sociedad. (Duarte, 2008)

El término emprendimiento fue introducido por Richard Cantillón en 1755, quien conceptualizó el término emprendedor como aquel agente que compra los medios de producción con la intención de obtener nuevos productos. (Duarte y Ruiz, 2009)

El emprendedor es la persona que da inicio a un nuevo negocio; es quien rompe las formas tradicionales de hacer las cosas, debe tener aptitudes de liderazgo, y talento especial para identificar alternativas de solución, y por ende tiene la habilidad de ver las cosas como más nadie los ve (Schumpeter, 1996, p. 34). Por ende, los emprendedores son tipo especial de persona.

El emprendimiento es la capacidad de diseñar una idea y, con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades; adquiere gran relevancia pues constituye un factor que impulsa la economía, el progreso y el nivel de bienestar de la sociedad, a través de la creación de oportunidades de trabajo, el fomento de la innovación, la estimulación de la competitividad, entre otros factores. (Fragoso et al., 2021, p. 12)

El emprendimiento es la iniciativa de un individuo para desarrollar un proyecto de negocios o una idea en particular que genere ingresos, es decir, crear una microempresa. Es el proceso de

encontrar oportunidades en la adversidad (Cama, 2015, p. 9). En conclusión, es la persona quien lleva las riendas de su vida por medio de las actividades de un negocio que genera ingresos y aporta con el desarrollo de su país, región.

Por su parte (Varela, 2010, p. 7) define al emprendimiento en sus siglas en inglés entrepreneurship es cuando un individuo o un grupo de personas toman la iniciativa, reúnen recursos y forman una organización para lograr lo buscado; actúan con autonomía tienen éxito o fracasan en el evento; resumiendo en palabras simples es la formación de empresas propias y son personas que deciden cambiar la trayectoria de su vida. El emprendedor tiene dos percepciones básicas para su desarrollo: la de conveniencia y la de factibilidad. La primera es una expresión de valores individuales, de convicciones. La segunda es menos emocional, y es una medida del proyecto, formadas por conocimientos de la actividad, de los recursos y de las formas de llevarlos a cabo.

Un emprendedor se determina a la persona que detecta una oportunidad y crea una empresa (la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para enfrentarla. El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para formalizarlas. (Freire, 2004, p. 27)

El emprendimiento es la manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades que se presentan, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de

valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Moreno, 2016, p. 3)

Según los autores (James et al., pp. 179-181), definen que los emprendedores pueden hacer grandes contribuciones para provecho de la sociedad, los investigadores han tratado de analizar sus personalidades, habilidades y actitudes, así como las condiciones que fomentan su desarrollo.

2.2.2.1. Factores característicos de los emprendedores.

a. Factores psicológicos: Como la mayoría de las personas, los emprendedores son complejos y no existe una teoría única que pueda explicar todo su comportamiento. La primera y quizás la más importante teoría de la raíz psicológica del emprendedor fue presentada a principios de la década de 1960 por David McClelland, quien descubrió que las personas que buscan una carrera en los negocios tienen una gran necesidad de éxito; es decir, la necesidad de lograr objetivos, les gusta correr riesgos, pero solo si están justificados y si estos riesgos son un incentivo para esforzarse más. Otros investigadores han estudiado las motivaciones y metas de los empresarios, incluyendo la riqueza, el poder, el prestigio, la seguridad, la autoestima y el servicio social.

A mediados de los años ochenta, Thomas Begley y David P. Boyd estudiaron el material escrito sobre la psicología del espíritu emprendedor, con el propósito de encontrar las diferencias entre los emprendedores y las personas que administran las pequeñas empresas existentes. A fin de cuentas, identificaron cinco dimensiones:

- **Necesidad de logro.** Los emprendedores alcanzan una calificación alta acerca del concepto de la necesidad de logro de McClelland.
- **Posición de control.** Enuncia la idea de que las personas, y no la suerte ni el destino, controlan su existencia.
- **Tolerancia ante el riesgo.** Los emprendedores que están preparados a correr riesgos moderados, al parecer, logran rendimientos más altos sobre los activos que los emprendedores que no corren riesgos o los que corren exagerados.
- **Tolerancia ante la ambigüedad.** En cierta medida, todo administrador la necesita, pues muchas decisiones se deben tomar con información incompleta o confusa. Sin embargo, los empresarios enfrentan más ambigüedad porque pueden estar haciendo cosas por primera vez y porque están arriesgando su forma de ganarse la vida.
- **Comportamiento del tipo A.** Se refiere a la voluntad de hacer más en menos tiempo y, si es necesario, a pesar de las objeciones de los demás. Los fundadores y líderes de pequeñas empresas tienden a obtener una puntuación más alta en la medida de comportamiento del tipo A que todos los demás líderes empresariales.

Ellen Fagenson presenta otra mirada a las diferencias psicológicas entre empresarios y gerentes. En su opinión, los empresarios tienden a valorar la autoestima, la libertad, la sensación de logro y un estilo de vida agradable. Los gerentes, por otro lado, a menudo valoran la verdadera amistad, la

sabiduría, la salvación y la diversión. Fagenson concluye que "los empresarios no quieren obtener las mismas cosas en la vida que los gerentes".

Es claro que los empresarios deben tener confianza, dinamismo, optimismo y coraje para iniciar y administrar un negocio, sin la garantía de un salario fijo. A veces, los empresarios deciden iniciar un nuevo negocio porque no pueden ignorar sus sueños y su visión y están dispuestos a arriesgar su seguridad por una ganancia financiera. En otros casos, se mueven por circunstancias fuera de su control, o se sienten frustrados porque las posibilidades de salir adelante son escasas, o están motivados por la necesidad de coordinar objetivos personales, individuos y su profesión.

b. Factores sociológicos: Los grupos minoritarios a menudo sienten que los empleadores los discriminan, directa o indirectamente. Para tener éxito en la cultura corporativa, algunas minorías argumentan que deben "vender sus almas", renunciando a su identidad racial, étnica o de género. Otros van contra el "techo de cristal". Estas frustraciones han llevado a muchas minorías a anhelar un entorno que satisfaga sus necesidades y les permita crear y prosperar. Este deseo, junto con el eterno atractivo del espíritu empresarial, ha convertido a los empresarios minoritarios en algo común en el mundo empresarial contemporáneo.

2.2.2.2. Condiciones determinantes detrás del emprendedor

Según (Freire, 2004, pp. 30-32), aunque presentan tantos perfiles diferentes, existen once elementos comunes de los grandes emprendedores y son los siguientes:

- a. **Emancipación:** más del 60% de los grandes emprendedores dicen que la búsqueda de la libertad y la independencia es la principal motivación para su puesta en marcha.
- b. **Moderación en la ambición de dinero:** paradójicamente, la mayoría de los estudios muestran que solo el 20% de los empresarios ven el dinero como el principal motivador para iniciar un negocio. La gran mayoría ve el dinero como una consecuencia inevitable de ser un emprendedor exitoso, no como un objetivo en sí mismo.
- c. **Pasión:** Emprender es dedicarse en cuerpo y alma al proyecto en todo momento, aunque puede afectar ligeramente a las relaciones de amistad y familiares.
- d. **Resultados:** Los grandes emprendedores sueñan, pero sobre todo hacen, hacen y hacen. Muchos de ellos tienen grandes capacidades intelectuales, pero su objetivo siempre es lograr resultados concretos.
- e. **Espiritualidad:** Los grandes emprendedores suelen organizar su trabajo profesional con su trabajo especializado. He visto una correlación positiva entre el éxito de los emprendedores y su trabajo emocional y espiritual para entenderse cada vez mejor como seres humanos. y así sucesivamente.
- f. **Novicio (actitud de aprendiz):** Si bien puede sorprender a muchas personas, los grandes emprendedores muestran

humildad y un incansable deseo de aprender. En general, se oponen al sabelotodo, que cree dominar el saber humano.

- g. Disfrute del camino:** Los grandes emprendedores consiguen un curioso equilibrio entre la dificultad de superar obstáculos y la alegría y el humor de disfrutar cada paso que dan todos los días.
- h. Éxito compartido:** Los grandes emprendedores ven a los miembros de su equipo como socios y buscan compartir el valor creado con ellos.
- i. Determinación:** Los grandes emprendedores se toman el tiempo necesario para tomar decisiones, pero una vez tomadas se muestran seguros y consistentes en sus acciones.
- j. Optimismo y sueños:** Todo el mundo tiene una visión clara y la esperanza de la dirección que puede y quiere tomar para su futuro y su negocio.
- k. Responsabilidad incondicional (protagonismo):** Los grandes empresarios actúan como protagonistas y asumen la responsabilidad incondicional de su destino. Su actitud más característica es: "dada la situación que enfrenté, ¿cómo decidiste responder?". Esto les da un sentido de compromiso que los hace expertos en la superación de obstáculos.

2.2.2.3. Elementos claves para implementar un programa de emprendimiento

Según estudios realizados (Duarte y Ruiz, 2009) identificaron de la siguiente manera:

- a. Desde lo organizativo:**
 - Población objeto: identificar en una comunidad, seleccionarla dentro de una institución educativa o empresa, reconocer un

perfil de entrada, conocimientos, aptitudes y actitudes, con desarrollo de las competencias básicas: biológicas, intelectuales y sociales, y sobre esta base trabajar las competencias específicas de emprendimiento, con las personas que reúnan las condiciones y se comprometan con el desarrollo de iniciativas emprendedoras.

- Inclusión del programa en la estructura de la organización: es necesario que el programa de emprendimiento esté adscrito a un departamento o sección de la organización y que cuente con un responsable que lo dirija, para efectos de su ejecución y efectividad.
- Cualidades y Disposición del personal a cargo del proyecto: Como generalmente no se cuenta con el personal capacitado y disponible para ejecutar el proyecto, se recomienda programar una capacitación para los interesados que posteriormente puedan garantizar el manejo de la teoría y prácticas de emprendimiento, siendo preciso contar con expertos en temas específicos para la formación y asesoría de los emprendedores.
- Organización de redes de emprendimiento: Es necesario constituir al interior de cada organización o institución una comunidad de emprendimiento desde lo académico donde se optimicen los recursos y se trabaje en equipo para generar nuevas alternativas. Así mismo se recomienda el trabajo interinstitucional.

b. Desde lo académico

- **Concepción filosófica y modelo de emprendimiento:** justificar la propuesta de emprendimiento como parte del proceso de formación, corresponde a establecer los por qué, desde una mirada social, humana, pero también pragmática, entendiendo la creación de empresa como un proceso y acciones netamente humanas y no necesariamente un solo proceso económico. Partiendo del concepto de emprendedor como el que transforma la realidad a partir del conocimiento, pero también el que crea empresa se pueden asumir las propuestas sociales, corporativas o empresariales desde la perspectiva disciplinar correspondiente y articulada a cualquier sector de la economía.
- **Establecer metodologías de trabajo:** Definir procedimientos y métodos articulados al contenido temático y al sector económico a intervenir, a los recursos disponibles y necesarios para la ejecución de las propuestas; no se puede descuidar en lo referente al talento humano que hay unos elementos comunes en las características de los emprendedores como: liderazgo, creatividad e innovación, iniciativa, ambición y capacidad de trabajo en equipo, estos aspectos son el punto de partida para definir metodologías y criterios de trabajo.
- **Tener claridad sobre las concepciones y tipos de emprendimiento:** Como el emprendimiento puede surgir desde cualquier campo del conocimiento, existen tres categorías en las que se incluyen las diferentes propuestas:

- Emprendimiento empresarial, corresponde a las unidades productivas de bienes y servicios.
 - Emprendimiento social, Se refiere a los proyectos que enfatizan en el contenido social, desde áreas como: comunicación, capacitación, medicina.
 - Emprendimiento corporativo: Representa las propuestas de cambio e innovación al interior de las organizaciones y desde cualquier disciplina o área del saber.
- **Equipos interdisciplinarios para el emprendimiento:**
Teniendo en cuenta la complejidad del conocimiento y que para solucionar un problema se requiere de la participación de varias disciplinas, lo más recomendable es conformar equipos interdisciplinarios para elaborar, asesorar y ejecutar las ideas emprendedoras y los planes de negocio o la creación de empresas.

2.2.2.4. Dimensiones de la variable emprendimiento empresarial

1. Gestión empresarial

Según (Mora et al., 2016, p.6), definen la gestión empresarial como la visión básica de toda la empresa, y si se practica una buena gestión en la organización, el negocio crecerá, pero visto desde otra perspectiva, la mala gestión el negocio decaerá. Funciones clave de gestión empresarial.

- **Planificación:** Esta función incluye la definición de las metas de la organización, el establecimiento de una estrategia general para lograr esas metas y el desarrollo de una jerarquía detallada de planes para integrar y coordinar

actividades, que incluye lo siguiente: Asignación de recursos y programación

- Organización: Así es como se diseña la estructura de una empresa o negocio. Esto incluye definir qué tareas deben realizarse, quién debe realizarlas, cómo se agrupan las tareas, quién informa a quién y dónde se toman las decisiones. La estructura organizacional debe diseñarse de manera que defina claramente quién realizará ciertas tareas y quién es responsable de los resultados.
- Dirección conducción y liderazgo: Toda empresa, negocio, organización o institución está conformada por personas, los gerentes son los encargados de dirigir y coordinar las actividades de estas personas. La dirección es motivar a los subordinados, dirigiendo las actividades de los demás.
- Control: Una vez que se han establecido los objetivos y hecho los planes, se definen las estructuras organizacionales, se capacita y motiva a los empleados, existe el riesgo de error. Para asegurarse de que todo va como debe, se debe monitorear el desempeño de la empresa u organización para comparar los resultados con las metas y presupuestos establecidos.
 - Dirigir Incluye: Producción: Resultados, metas y eficacia.
 - Administrar: Eficiencia, funciones.
 - Emprender: Creatividad e innovación.
 - Integrar: personas, equipos y cultura

2. Espíritu empresarial

Por su parte (Varela, 2010, p. 4) define que el espíritu empresarial es un sueño de desafío, desarrollo e independencia que está inmerso en el fondo de todos los seres humanos, es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora. En otras palabras, se puede caracterizar a una persona con espíritu emprendedor con las que se mencionan a continuación:

Esta capacidad vital, la capacidad de realización, el afán de superación y progreso, la capacidad de creación e innovación, la capacidad de gestionar fácilmente los recursos, esta valentía ante situaciones inciertas, la actitud mental que los guía positivamente hacia el éxito, esta aceptación del cambio, esta creencia en sus capacidades, la capacidad de integrar muchos hechos y circunstancias y tomar decisiones con información incompleta, esta constancia y esta perseverancia, el impulso para lograr, esta capacidad de realizar su idea, esta visión del futuro, este desajuste positivo.

El espíritu emprendedor se define como una de las características que determinan el crecimiento, la transformación y el desarrollo de un nuevo sector económico en una región o un país. El emprendimiento cobra cada vez más importancia porque es un factor que dinamiza la economía, el progreso y el nivel de bienestar de la sociedad, a través de la creación de oportunidades de empleo, la promoción de la innovación, el

estímulo de la competitividad, entre otros factores. (Fragoso et al., 2021, p. 10)

Los tres elementos clave de esta definición son: encontrar oportunidades, innovación y crecimiento. Los emprendedores buscan oportunidades para hacer crecer sus negocios a través de cambios, revoluciones, transformaciones o la introducción de nuevos productos o servicios. (Robbins y Coulter, 2005, p. 128)

Proponer una idea e inventar una organización para desarrollar esa idea se llama iniciativa empresarial. El empresario, que cree que el cambio del entorno le presenta oportunidades, utiliza los factores de producción para producir nuevos bienes y servicios. El negocio se diferencia de la gestión porque se centra en iniciar el cambio. El espíritu empresarial puede ocurrir cuando una persona o un grupo de personas inicia un nuevo negocio. (Stoner et al. 1996, p. 190)

Características del espíritu emprendedor

Según (Varela, 2010, p.4) se han demostrado consistentemente cuatro características muy específicas:

- a. Su capacidad para identificar los problemas, necesidades y deseos humanos.
- b. Usar su capacidad de creatividad e innovación para ser complementada con su destreza analítica, crean soluciones u oportunidades de descubrimiento.
- c. Capacidad para realizar sus ideas y proyectos
- d. La práctica de la filosofía de la mejora continua.

Beneficios del espíritu emprendedor

(Stoner et al., 1996, pp. 176-178) afirma que el emprendimiento genera cuatro beneficios sociales:

- a. Crecimiento económico.** Una de las razones por las que los economistas están empezando a prestar más atención a las pequeñas empresas emergentes es que parecen ser las que generan la mayoría de los nuevos puestos de trabajo en la economía.
- b. Productividad:** una medida de qué tan bien está funcionando un sistema operativo, así como un indicador de la eficiencia y competitividad de un negocio o servicio. El aumento de la productividad es esencialmente una cuestión de mejorar las técnicas de producción, y esta tarea, según John Kendrick, es "una función esencial del espíritu empresarial". Las dos claves para aumentar la productividad son la investigación y el desarrollo (I+D).
- c. Nuevas tecnologías, productos y servicios:** este es el papel de los emprendedores a la hora de impulsar tecnologías, productos y servicios innovadores. Muchas personas que inventan nuevas tecnologías, productos o servicios son empleados de grandes corporaciones que se niegan a utilizar nuevos inventos, lo que obliga a los inventores a convertirse en empresarios.
- d. Cambios en el mercado:** Los empresarios desdibujan los límites de la competencia en el mercado. Zoltan afirma que las pequeñas empresas creadas por empresarios son "agentes de cambio en una economía de mercado".

Obstáculos para el espíritu empresarial

- Reconocer las necesidades y encontrar formas de satisfacerlas; rara vez es una base suficiente para iniciar un nuevo negocio, especialmente si el empresario empieza con un préstamo para su capital. Los empresarios más exitosos también elaboran un plan de negocios, es decir, un documento formal con una definición del propósito del negocio, una descripción de los productos o servicios a ofrecer, un análisis de mercado, planes y ciertos procedimientos administrativos destinados a lograr los objetivos de la empresa.
- Otro problema común es su falta de conocimiento del mercado. A veces es difícil atraer a las personas más informadas porque ya tienen buenos trabajos, están atadas con "esposas de oro" por su empleador actual, o son demasiado permisivas y no sienten la necesidad de hacer bien su trabajo. Vesper dijo que incluso la falta de habilidades técnicas puede causar problemas.
- Algunos emprendedores fracasan después de empezar porque carecen de conocimientos generales sobre el negocio. Algunos emprendedores serán empresarios reacios a dedicarse a determinadas ocupaciones.
- La competencia feroz de empresas grandes y establecidas también puede ser un obstáculo formidable para un emprendedor. En este sentido, las nuevas relaciones competitivas creadas por los empresarios son evidentes.
(Stoner et al., 1996, pp. 181-184)

3. Cultura empresarial

(Varela, 2010, p. 7-9); la cultura empresarial implica la introducción de conceptos de educación empresarial en todos los niveles del sistema educativo; Solo así se podrán realizar los cambios culturales necesarios para el mejoramiento de las personas, las empresas, los negocios y el país en su conjunto. Entonces requiere una profunda reconversión humana; esta transformación es el desarrollo de otra cultura, sentando las bases para la construcción de la cultura empresarial, y se logra a través de un proceso educativo; que debe suceder en nuestra comunidad, incluyendo las siguientes acciones clave:

- a. Capacidad y disposición de las personas para responder adecuadamente a los eventos del mercado en términos de oportunidades y necesidades.
- b. La existencia de un enfoque de toma de decisiones bajo riesgo permite examinar posibles acciones.
- c. La existencia de una tendencia de innovación que permita trabajar la imaginación y la creatividad.
- d. Creencias sociales sobre la capacidad y la motivación para tener éxito
- e. La existencia de un sentido de independencia y autodesarrollo permite a las personas salir de su posición dependiente.
- f. Sobrevivir, evaluar y potenciar el valor empresarial a través de emprendedores exitosos.
- g. Cambiar la mentalidad de que la única forma de crecer personal y profesionalmente es ocupando un puesto dentro

de la organización. Necesitamos hacer que nuestra cultura sea consciente de que el ejército profesional va más allá de mantener un puesto.

- h. Desarrollar el valor de la autosuficiencia, para no depender completamente de un trabajo, tener suficiente flexibilidad mental para buscar otras alternativas razonables de crecimiento económico y ocupacional
- i. Existencia de una actitud de inclusión del empresariado en la cultura y el entorno local, con el objetivo de hacerlos sentir parte de la comunidad y así fortalecer su relación y compromiso con la comunidad empresarial.
- j. Supervivencia y consolidación de una comunidad financiera deseosa de apoyar el surgimiento de nuevas instituciones productivas.

La cultura empresarial es el entorno cultural que facilita el desarrollo de proyectos empresariales, entendida como los procesos que crean actividades, proyectos, empresas con o sin fines de lucro, de índole económica, social o política, o también se refiere a la innovación o rediseño de procesos existentes. (Hidalgo, 2014, p.1)

2.3. Marco conceptual

Aprendizaje

Es el proceso de conseguir conocimientos, habilidades y valores a partir de la experiencia o a lo largo de la vida o del resultado del proceso. También es el desarrollo de habilidades, como producto de la instrucción, capacitación y por ende de la práctica realizada.

Cultura empresarial

La cultura empresarial se puede definir como un tipo de cultura que determina una forma particular de hacer las cosas, un estilo que distingue a los emprendedores de otros empresarios con el fin de crear una empresa.

Emprendimiento

Es el inicio de una actividad o negocio que exige esfuerzo, dedicación, requiere estar dispuesto a tomar riesgos relacionados con el tiempo, el dinero, y el trabajo arduo para la sostenibilidad del proyecto de negocio.

Emprendedor

Un emprendedor es la persona quien a partir de una idea propia o ajena es capaz de crear una oportunidad de negocio, bajo la forma de empresas pequeñas partiendo de los planes de negocios o de la innovación de estas.

Espíritu empresarial

El espíritu empresarial son las capacidades que se manifiestan en la forma de pensar y actuar vinculadas con la búsqueda, persecución y el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan en la vida cotidiana para la creación de un negocio.

Gestión

La gestión es un conjunto de operaciones y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo propuesto. Se relacionan principalmente con el mundo de los negocios ya que es un término más utilizado en ellas.

Gestión empresarial

La gestión empresarial es una de las principales virtudes de un hombre de negocios. Incluye a las distintas competencias y capacidades que

se deben tener para cubrir distintas situaciones de un negocio para garantizar la existencia del negocio.

Idea de negocios

Es una descripción breve y clara de las operaciones básicas del negocio que se desea poner en marcha, un buen negocio empieza con una buena idea. La idea de negocio es la base de donde surge todo proyecto empresarial que se desarrollara.

Motivación

La motivación es el estímulo interno o externo que recibe la persona para poder realizar una actividad y la manera de estimular un comportamiento, infundir energía, conservarlo y dirigirlo, así como el tipo de reacción de lo que es propio de la persona que se presenta cuando todo ello ocurre para el logro de algún objetivo o una meta propuesta.

Percepción

Es un proceso mediante el cual una persona analiza, capta e interpreta la información que recibe del entorno en este caso para la obtención de objetivos y metas propuestas en otras palabras es el reconocimiento de las experiencias cotidianas.

Personalidad

Sirve para describir las características de una persona, es decir, la forma de ser que tiene una persona también se puede definir como la manera de reacción que tiene un individuo ante diversas situaciones ocurridas.

2.4. Marco institucional

Universidad Nacional José María Arguedas

2.4.1. Reseña histórica

La primera casa de estudios superiores de la pradera de los celajes, es así que, a los 29 días del mes de octubre de 2004, se promulga la Ley N° 28372, Ley de Creación de la Universidad, bajo el nombre del más ilustre poblador de esta parte del país, el "amauta" José María Arguedas Altamirano.

La Universidad empezó su funcionamiento con tres escuelas profesionales; Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería de Sistemas y Administración de Empresas. Durante 13 años ésta fue la oferta académica de la UNAJMA.

En el año 2017, la joven universidad obtiene Licenciamiento Institucional, convirtiéndose con ello, en la cuarta universidad pública a nivel nacional y la primera en el sur del país en obtener tal reconocimiento. Además, se autorizó el funcionamiento de tres nuevas escuelas profesionales; Ingeniería Ambiental, Contabilidad y Educación Primaria Intercultural.

2.4.2. Misión, visión y objetivos.

Misión

"Somos una universidad pública, con clara orientación intercultural, que brinda formación profesional integral y realiza investigación científica, humanista y tecnológica de calidad para el desarrollo de la región Apurímac y el País".

Visión

"Al 2021, somos una universidad intercultural de reconocido prestigio nacional e internacional, altamente generadora de ciencia y tecnología, en armonía con el ambiente, la historia y la cultura regional, con carreras profesionales acreditadas y una contribución efectiva al desarrollo local, regional y nacional"

Objetivos

- Desarrollar las actividades académicas de la Universidad Nacional José María Arguedas buscando la excelencia académica y el desarrollo de la investigación científica con la participación de docentes y estudiantes.
- Orientar adecuadamente las acciones administrativas de la estructura orgánica de la Universidad Nacional José María Arguedas para su buen funcionamiento, con una administración ágil que propicie la generación de recursos propios.

2.4.3. Compromiso social

La Universidad Nacional José María Arguedas actúa con alto espíritu de compromiso e identidad institucional y, al mismo tiempo, se compromete con los sectores sociales más vulnerables de la provincia de Andahuaylas y la Región de Apurímac, defendiendo la equidad de oportunidades para el desarrollo de las capacidades de su gente.

2.4.4. Facultades de la UNAJMA

Facultad de ingeniería

- Ingeniería Ambiental
- Ingeniería Agroindustrial
- Ingeniería de Sistemas

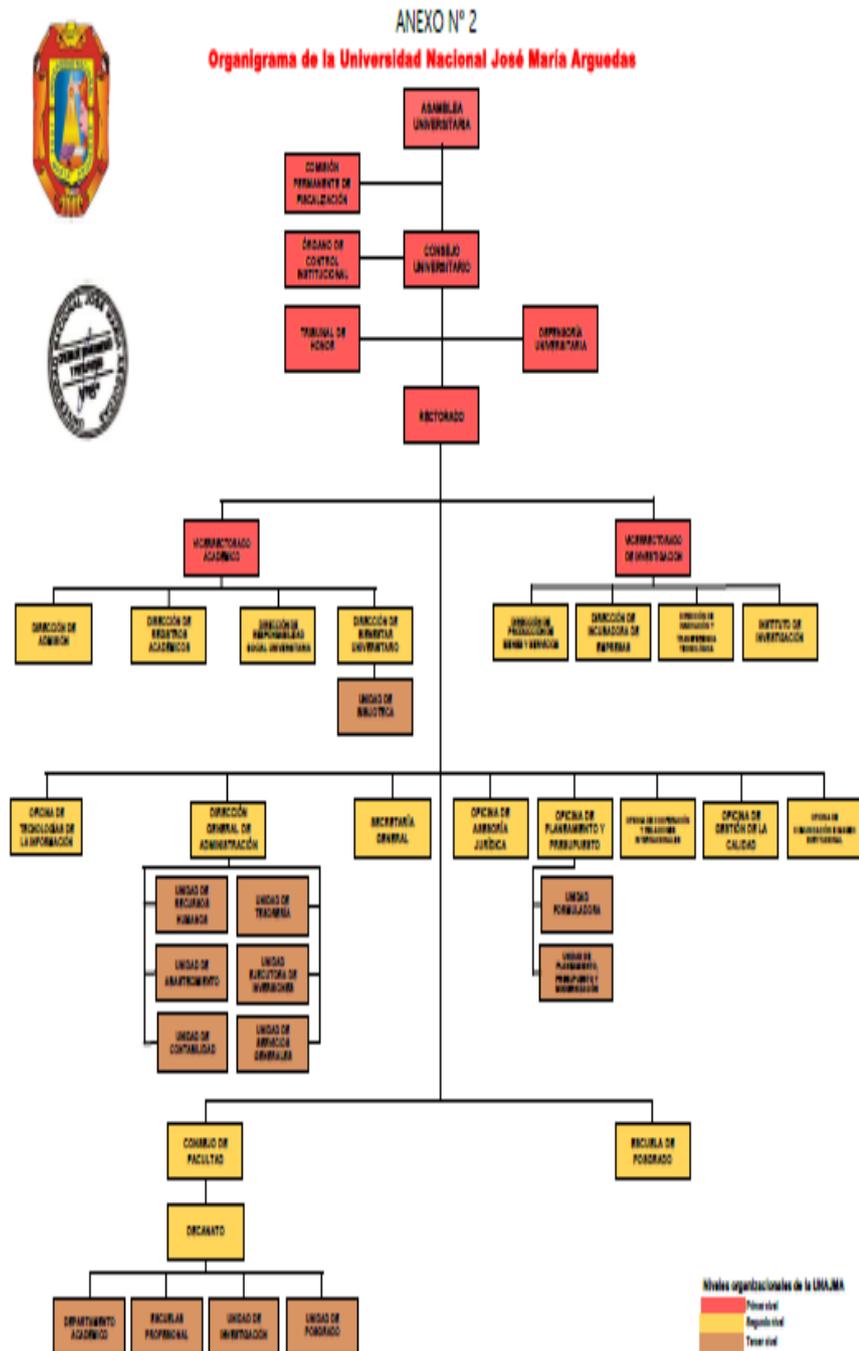
Facultad de ciencias de la empresa

- Administración de Empresas
- Contabilidad
- Educación Primaria Intercultural

2.4.5. Organigrama estructural

Figura 2

Organigrama de la Universidad Nacional José María Arguedas.



Nota. Extraído de la página web de la Universidad Nacional José María Arguedas.

2.4.6. Unidad de seguimiento al graduado (USEG)

Es un órgano de apoyo de la oficina de secretaria general de la UNAJMA, dedicado a fomentar la relación y vínculo permanente entre los graduados y la universidad, con fines de reciprocidad académica, ética y económica; promueve acciones de apoyo a los graduados mediante convenios establecidos con las instituciones y empresas para insertarse en el mercado laboral y el fortalecimiento de la oferta educativa.

Misión

Somos la unidad que promueve y fomenta el vínculo de la UNAJMA con los graduados, con fines de reciprocidad académica, ética y económica para su inserción en el mundo laboral, así como para fortalecer la oferta educativa universitaria.

Visión

Ser la unidad referente a nivel nacional a través de las buenas prácticas de su sistema de seguimiento y los estudios realizados a los graduados en el mundo laboral.

Objetivos

Apoyo institucional

- Coordinar alianzas estratégicas con el sector público y privado para establecer mecanismos de mediación e inserción laboral de nuestros graduados.

Bolsa de trabajo

- Proporcionar información actualizada de la oferta laboral regional y nacional en nuestra página web y medios sociales.

Estímulo para la mejora continua

- Brindar información que estimule la continuidad de estudios de posgrado, capacitaciones y actualizaciones que contribuyan la permanente calificación profesional y laboral de nuestros graduados.

Registro de graduados

- Mantener actualizada y sistematizada la base de datos de los graduados.

Estudios de seguimiento

- Evaluar los resultados de los estudios de seguimiento a graduados que orienten a las mejoras de los planes curriculares y la política institucional.
- Conocer grado de satisfacción del graduado con la formación recibida.
- Vincular al graduado con sector productivo para generar sinergias de trabajo que contribuyan a la retroalimentación de sus competencias profesionales en el mundo laboral.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis general*

Existe el grado de relación moderada entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

- a. Existe el grado de relación moderada entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- b. Existe el grado de relación moderada entre la percepción y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- c. Existe el grado de relación moderada entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- d. Existe el grado de relación moderada entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

- e. Existe el grado de relación moderada entre la personalidad y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- f. Existe el grado de relación moderada entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- g. Existe el grado de relación moderada entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- h. Existe el grado de relación moderada entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.
- i. Existe el grado de relación moderada entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

3.2. Variables

Carrasco (2006), define a las variables “como aspectos de los problemas de investigación que expresan un conjunto de propiedades, cualidades y características observables de las unidades, tales como

individuos, grupos sociales, hechos, procesos y fenómenos sociales o naturales”. (p. 219)

Variable I: Motivación

Robbins y Coulter (2014), definen “son los procesos que inciden en la energía, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo”. (p. 506)

Variable II: Emprendimiento Empresarial

Según (Varela, 2010, p. 7), el emprendimiento empresarial en sus siglas en inglés entrepreneurship se define:

Es cuando un individuo o un grupo de personas toman la iniciativa, reúnen recursos y forman una organización para lograr lo buscado; actúan con autonomía tienen éxito o fracasan en el evento; en resumen, es la formación de empresas propias y son personas que deciden cambiar la trayectoria de su vida. El emprendedor tiene dos percepciones básicas para su desarrollo: la de conveniencia y la de factibilidad. La primera es una expresión de valores individuales, de convicciones. La segunda es menos emocional, y es una medida del proyecto, formadas por conocimientos de la actividad, de los recursos y de las formas de llevarlos a cabo.

3.3. Operacionalización de variables

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores |
|--|---|---|--|---------------------------|
| VARIABLE I: MOTIVACIÓN | La motivación son los procesos que inciden en la energía, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo (Robbins y Coulter, 2014, p. 506) | La motivación es el estímulo interno o externo que recibe la persona para poder realizar una actividad en los graduados; se determinará mediante la identificación ordenada y sistemática de los procesos psicológicos y acciones que se dan dentro de la percepción, personalidad y el aprendizaje. | D1: Percepción. Es un proceso a través del cual damos significado a nuestro entorno, organizando e interpretando las impresiones sensoriales. La investigación en torno de la percepción demuestra, una y otra vez, que los individuos pueden ver un mismo objeto, pero cada uno lo percibirá de una manera distinta (Robbins y Coulter, 2014, p. 463). | Factores internos |
| | | | D2: Personalidad: Robbins y Coulter (2014), definen como la "Combinación única de patrones emocionales, conductuales y de pensamiento que afecta la manera de reaccionar de las personas ante ciertas situaciones o su interacción con sus semejantes" (p. 455). | Factores externos |
| | | | D3: Aprendizaje. Robbins y Coulter (2014), afirman que el aprendizaje es "Cualquier cambio relativamente permanente en el comportamiento que ocurra como resultado de la experiencia" (p. 466). | Actitud |
| | | | | Comportamiento |
| | | | | Conocimiento |
| | | | Habilidades | |
| VARIABLE II: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL | el emprendimiento empresarial en sus siglas en inglés entrepreneurship; es cuando un individuo o un grupo de personas toman la iniciativa, reúnen recursos y forman una organización para lograr lo buscado; actúan con autonomía tienen éxito o fracasan en el evento; en resumen, es la formación de empresas propias y son personas que deciden cambiar la trayectoria de su vida. El emprendedor tiene dos percepciones básicas para su desarrollo: la de conveniencia y la de factibilidad (Varela, 2010, p. 7). | El emprendimiento empresarial es la generación de un negocio a través de una idea que se va concretizando hasta el logro del funcionamiento y puesta en marcha de un negocio; se define operativamente a través de las dimensiones de gestión empresarial, espíritu emprendedor y la cultura empresarial. | D1: Gestión empresarial. Es un punto fundamental de toda la empresa, y si se realiza una buena gestión dentro de la organización crece, pero por otra parte se realiza una mala gestión la empresa decaerá (Mora et al., 2016, p. 6). | Eficacia |
| | | | D2: Espíritu empresarial. Es un sueño de reto, desarrollo e independencia que está inmerso en el fondo de todos los seres humanos, es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora (Varela, 2010, p. 4). | Eficiencia |
| | | | D3: Cultura empresarial. Implica llevar conceptos de educación empresarial a todos los niveles del sistema educativo; pues solo así se lograrán los cambios culturales necesarios para el progreso de las personas, las empresas, los negocios y el país en general. Exige entonces una reconversión humana profunda; esta reconversión es el desarrollo de una cultura diferente, que sienta las bases para la construcción de una cultura empresarial, y ella se logra a través de un proceso educativo; el cual debe producirse en nuestras comunidades, entre otras (Varela, 2010, pp. 7-9). | Habilidades empresariales |
| | | | | Creación de negocios |
| | | | | Educación empresarial |
| | | | Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo | |

3.4. Metodología

3.4.1. Enfoque de investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo según Hernández et al. (2014), afirman que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (p. 4)

Así mismo, examina un conjunto de información de datos encontrados, para procesar dicha información se hizo a través del uso de instrumentos estadísticos para contrastar las teorías y describir las relaciones conceptuales.

3.4.2. Método de la investigación

Según Bernal (2010), la investigación tiene un método deductivo el cual “consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares”. (p. 59)

Por lo tanto, la investigación utiliza el método deductivo; reside en poder obtener una conclusión partiendo de sus inferencias como base, el cual tienen como valor general que son auténticas o verdaderas.

3.4.3. Tipo de investigación

Según Carrasco (2006), la investigación es básica “es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes

acerca de la realidad” (p. 43). Ya que en la investigación solo busca ampliar y profundizar las variables mencionadas.

3.4.4. Nivel de investigación

De acuerdo a Hernández et al. (2014), el trabajo de investigación es de nivel correlacional “asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular.”. (p. 93)

Por lo tanto, se pretende relacionar las variables mencionadas en esta investigación, pretendiendo determinar alguna precisión.

3.4.5. Diseño de investigación

Esta investigación es de diseño no experimental - Transeccional correlacional.

Hernández et al. (2010), afirman que la investigación no experimental es “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152). Por tanto, se van observar situaciones existentes dentro del ámbito de estudio de los graduados, sin manipular de manera deliberada ninguna de las variables de estudio.

Es de corte transversal o transeccional porque se recolectan los datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir y analizar la incidencia e interrelación de las variables en un momento dado (Hernández et al., 2014, p. 154), debido a que la recolección de la información se va a realizar en un solo momento y

en un tiempo único el año 2022 para la aplicación de los instrumentos.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Arias (2012), indica “la población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. (p. 81)

Para la investigación se considera como población al total de graduados desde el año 2017 al 2020 de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas equivalente a un total de 347 graduados según el área de USEG.

3.5.2. Muestra

Según Arias (2012), define “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (p. 83)

De acuerdo a Hernández et al. (2010), el muestreo no probabilístico también llamadas muestras dirigidas, “suponen un procedimiento de selección informal. Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”. (pp. 189-190)

Para la muestra de esta investigación se tomó en cuenta el muestreo no probabilístico, en este caso a los graduados de los años 2017 al 2020 donde se aplicó la muestra por conveniencia; porque se debe ubicar a cincuenta graduados, basados en la información limitada que existe en la Oficina de Seguimiento al Graduado de la

Universidad Nacional José María Arguedas. Además, se presenta un grado de dificultad para ubicarlo y la disponibilidad de tiempo para la respuesta del graduado.

Hernández et al. (2014), definen a la muestra por conveniencia como simplemente casos disponibles a los cuales tenemos acceso. Son válidas en cuanto a que un determinado diseño de investigación así las requiere; sin embargo, los resultados se aplican nada más a la muestra en sí o a muestras similares en tiempo y lugar (transferencia de resultados), pero esto último con suma precaución. (p. 390)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas:

Carrasco (2006), afirma que las técnicas: Constituyen un conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada una de las etapas de la investigación científica. Las técnicas como herramientas procedimentales y estratégicas suponen un crecimiento en cuanto a su utilidad y aplicación, de tal manera que seleccionarlas y elegir las resulte una tarea fácil para el investigador. (p. 274)

Para la investigación, la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la observación, encuesta y la entrevista.

El presente trabajo de investigación tuvo como técnica de recolección de datos la observación; según Arias (2012), “consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno, o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad en función de unos objetivos de investigación preestablecida”. (p. 69)

Es un proceso de visualizar las actividades, problemas, carencias ocurridas en la escuela profesional de Administración de Empresas, lo cual nos ayudará para poder realizar la investigación con mayor efectividad.

Según Arias (2012), define “la encuesta como una técnica con la que pretende obtener información que se suministra a un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular”. (p.72)

Por otra parte, Bernal (2010), sostiene que la entrevista:

Es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (p. 194)

3.6.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizó para la investigación fue el cuestionario y la ficha de entrevista-

Según Hernández et al. (2014), definen “conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis”. (p.217)

3.7. Métodos de análisis de datos

Para poder analizar los resultados de la investigación se empleó medios electrónicos: SPSS (paquete estadístico para las ciencias sociales), alfa de Cronbach y coeficiente de correlación rho de Spearman.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos de análisis: en primer lugar se realizó la validez de instrumento lo cual se hizo por el juicio de expertos; seguidamente se hizo la confiabilidad que nos permite saber si la aplicación de un instrumento dará siempre resultados consistentes en este caso con el alfa de Cronbach que ayuda a medir la fiabilidad y consistencia del instrumento utilizado, determinada en los rangos de cero a uno, donde cero significa nula fiabilidad de los resultados y uno significa fiabilidad perfecta de los resultados; finalmente se recolectó los datos mediante la encuesta por medio de Google forms a los 50 graduados y finalmente los resultados se trabajó en el programa SPSS, este programa facilita crear una base de datos en una forma estructurada y organizada que puede ser analizada con diversas técnicas estadísticas.

3.7.1. Statiscal package for the social sciences (SPSS) paquete estadístico para las ciencias sociales

Según Hernández et al. (2014), mencionan que:

El SPSS ((Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), desarrollado en la Universidad de Chicago, “es uno de los más difundidos y actualmente es propiedad de IBM®. Contiene todos los análisis estadísticos permite manejar bancos de datos de gran magnitud y también efectuar análisis estadísticos muy complejos”. (p. 273)

El programa SPSS nos permite calcular y nos indicará mediante una tabla el grado de relación entre la motivación y el Emprendimiento Empresarial, asimismo sus dimensiones.

3.7.2. Alfa de Cronbach

Según Hernández et al. (2014), “permite saber la fiabilidad y consistencia del cuestionario que se empleó para la investigación,

donde cero significa nula fiabilidad (Arias, 2012) de los resultados y uno significa fiabilidad perfecta de los resultados (según tabla)”.
(p.208)

3.7.3. Coeficiente de correlación rho de Spearman

Para poder medir la relación de las variables se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman. Hernández et al., (2014), afirman que:

El coeficiente rho Spearman simbolizado como r_s , y tau de Kendall, simbolizado como t , son medidas de correlación para variables en un nivel de medición ordinal (ambas), de tal modo que los individuos, cosas o unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías). Son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escala tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales. Así mismo el autor hace mención que el coeficiente rho de Spearman puede variar de -1.00 a $+1.00$, donde: -1.00 = correlación negativa perfecta. $+1.00$ = Correlación positiva perfecta.
(p.323)

Tabla 1*Valores del coeficiente de correlación de Spearman*

| Valor de RHO | Significado |
|---------------|--|
| -1 | Correlación negativa grande y perfecta |
| -0.9 a -0.099 | Correlación negativa muy alta |
| -0.7 a -0.89 | Correlación negativa alta |
| -0.4 a -0.69 | Correlación negativa moderada |
| -0.2 a -0.39 | Correlación negativa baja |
| -0.01 a -0.19 | Correlación negativa muy baja |
| 0 | Correlación nula |
| 0.01 a 0.19 | Correlación positiva muy baja |
| 0.2 a 0.39 | Correlación positiva baja |
| 0.4 a 0.69 | Correlación positiva moderada |
| 0.7 a 0.89 | Correlación positiva alta |
| 0.9 a 0.99 | Correlación positiva muy alta |
| 1 | Correlación positiva grande y perfecta |

Nota. Datos tomados de Hernández et al. (2014).

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

La confiabilidad de los resultados se basa en la validación que los expertos realizaron del instrumento utilizado y en la fiabilidad que el indicador alfa de Cronbach propone, para ello es importante conocer los siguientes valores de confiabilidad:

Tabla 2

Interpretación de valores de confiabilidad

| Medida | Descripción |
|--------------|-------------------------|
| 0,53 a menos | Nula confiabilidad |
| 0,54 a 0,59 | Baja confiabilidad |
| 0,60 a 0,65 | Confiable |
| 0,66 a 0,71 | Muy confiable |
| 0,72 a 0,99 | Excelente confiabilidad |
| 1,00 | Perfecta confiabilidad |

Nota. Datos tomados de Hernández et al. (2014).

4.1.1. *Fiabilidad (alfa de Cronbach)*

A continuación, se dispone los resultados obtenidos respecto a la evaluación de fiabilidad y consistencia del cuestionario desarrollado, de acuerdo al análisis; los datos obtenidos mediante el procesamiento estadístico en el programa estadístico SPSS 22 fueron:

Tabla 3

Fiabilidad del instrumento de variables y dimensiones

| Instrumentos | Alfa de Cronbach | N° de preguntas | Encuestados |
|----------------------------|------------------|-----------------|-------------|
| Motivación | 0,823 | 12 | 50 |
| Emprendimiento empresarial | 0,782 | 12 | 50 |

Nota. Resultados del SPSS, donde la tabla muestra los resultados respecto a la fiabilidad de las variables estudiadas.

Según la tabla de Hernández et al., el resultado se ubica dentro de los intervalos de 0,72 a 0,99 el cual tiene una interpretación según su denominación de excelente confiabilidad, en relación con los parámetros del rango de fiabilidad.

4.1.2. Frecuencia de datos generales

Tabla 4

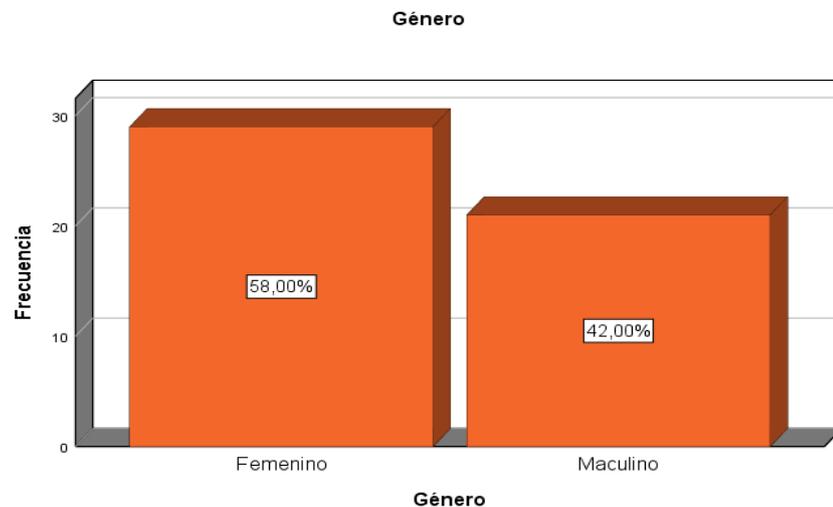
Género

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-----------|------------|------------|
| Válido | Femenino | 29 | 58,0 |
| | Masculino | 21 | 42,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados del tipo de género información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

Figura 3

Género



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos del tipo de género femenino y masculino, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 4 y la figura 3 muestran lo que respondieron los encuestados sobre género, quedando el sexo femenino como la cifra mayor, que representa el 58,0% del total de los encuestados y

seguido por el sexo masculino, el 42,0% del total de los encuestados. En consecuencia, la mayoría de los encuestados son de sexo femenino de la en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 5

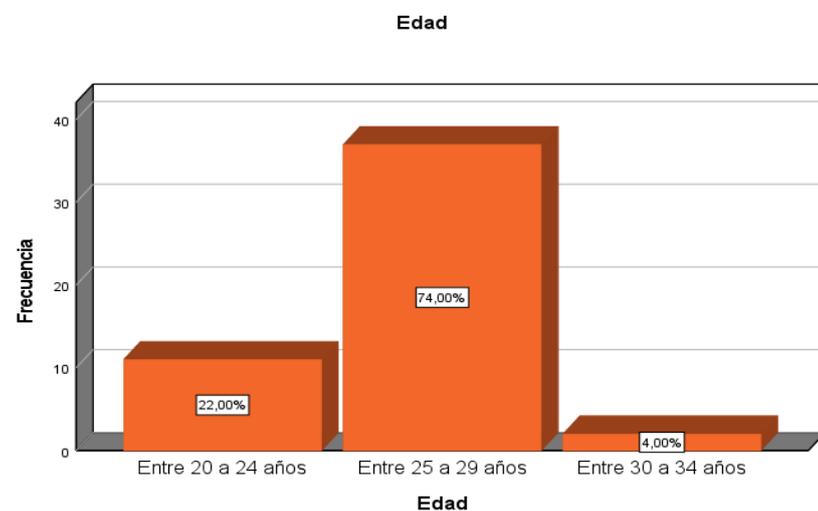
Edad

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------------|------------|------------|
| Válido | Entre 20 a 24 años | 11 | 22,0 |
| | Entre 25 a 29 años | 37 | 74,0 |
| | Entre 30 a 34 años | 2 | 4,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la frecuencia edad información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

Figura 4

Edad



Nota. El gráfico muestra los resultados porcentuales obtenidos del rango edad información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 5 y figura 4, muestran lo que respondieron los encuestados sobre sus edades, quedando en primer lugar que es de

25 a 29 años el 74,0% del total de los encuestados, seguido de 20 a 24 años que hacen el 22,0% del total de encuestados y por último de 30 a 34 años el 4,0% del total de encuestados. En consecuencia, se deduce que la mayor parte de los graduados tienen las edades de los rangos de 25 a 29 años en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 6

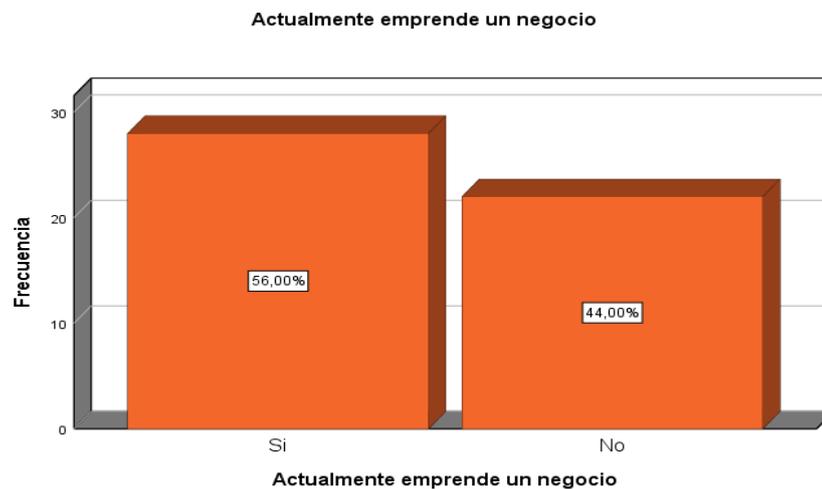
Graduados que emprenden un negocio

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|-------|------------|------------|
| Válido | Si | 28 | 56,0 |
| | No | 22 | 44,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la frecuencia de graduados que emprenden un negocio obtenido al aplicar el instrumento.

Figura 5

Graduados que emprenden un negocio



Nota. El gráfico muestra los resultados obtenidos de graduados que emprenden un negocio, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 6 y figura 5, muestran lo que respondieron los encuestados sobre graduados que emprenden un negocio, como resultado indicaron que sí emprenden un negocio, el 56,0% del total de los encuestados y por último respondieron que no emprenden un negocio, el 44,0% del total de los encuestados. En consecuencia, se deduce que la mayor parte de los encuestados indicaron que si emprenden un negocio los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, UNAJMA. Andahuaylas 2017-2020.

4.1.3. Frecuencias de datos variables y dimensiones

Tabla 7

Frecuencia respecto al nivel de motivación

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 2 | 4,0 |
| | Casi nunca | 1 | 2,0 |
| | A veces | 10 | 20,0 |
| | Casi siempre | 18 | 36,0 |
| | Siempre | 19 | 38,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la frecuencia motivación, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

Figura 6

Frecuencia respecto al nivel de motivación



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la frecuencia Motivación, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 8 y figura 6, expone la respuesta acerca de la motivación, encontramos que el 38,0% (19 graduados) indican que existe siempre la motivación, un 36,0 % (18 graduados) mencionan casi siempre, un 20,0 % (10 graduados) indican que a veces, 4,0% (2 graduados) indican nunca y 2,0% (un graduado) indica casi nunca. Se puede señalar que la mayoría de los graduados indican que la motivación existe siempre en un 38.0% en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas. Andahuaylas.

Tabla 8

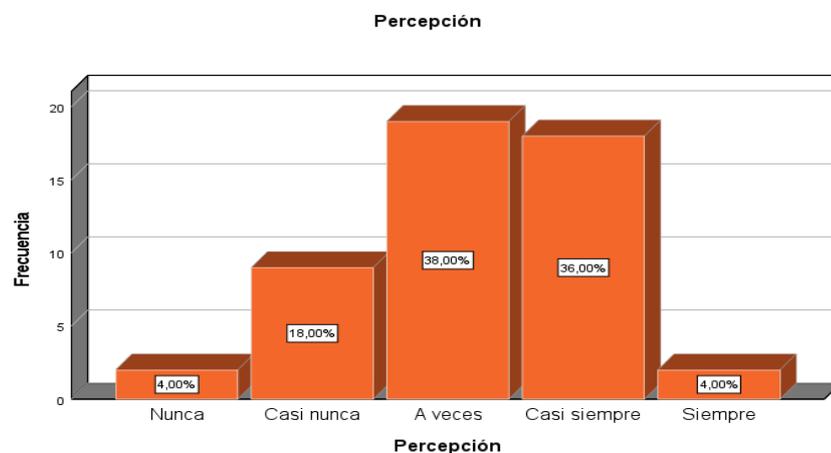
Frecuencia respecto al nivel de percepción

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 2 | 4,0 |
| | Casi nunca | 9 | 18,0 |
| | A veces | 19 | 38,0 |
| | Casi siempre | 18 | 36,0 |
| | Siempre | 2 | 4,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la dimensión percepción, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

Figura 7

Frecuencia respecto al nivel de percepción



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la frecuencia percepción, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 9 y figura 7, expone la respuesta acerca de la dimensión percepción, encontramos que el 38,0% (19 graduados) manifiestan que a veces contribuye la percepción, el 36,0% (18 graduados) casi siempre, el 18,0% (9 graduados) casi nunca, y el 4,0% (2 graduados) siempre de la misma manera el 4,0% (2 graduados) mencionan nunca. Se puede indicar que la mayoría de los graduados manifiestan que la percepción contribuye solo a veces en un 38,0% para que exista la motivación en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 9

Frecuencia respecto al nivel de personalidad

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,0 |
| | A veces | 3 | 6,0 |
| | Casi siempre | 20 | 40,0 |
| | Siempre | 26 | 52,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota: La tabla muestra los resultados calculados de la dimensión personalidad, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

Figura 8

Frecuencia respecto al nivel de personalidad



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la frecuencia evaluación cualitativa, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 9 y figura 8, expone la respuesta acerca de la dimensión personalidad, encontramos que el 52,0% (26 graduados) manifiestan que siempre contribuye la personalidad, el 40,0% (20 graduados) casi siempre, el 6,0% (3 graduados) a veces y el 2,0% (un graduado) indica nunca. Se puede señalar que la mayoría de los graduados indican que la personalidad contribuye siempre en un 52,0% para que exista la motivación en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 10

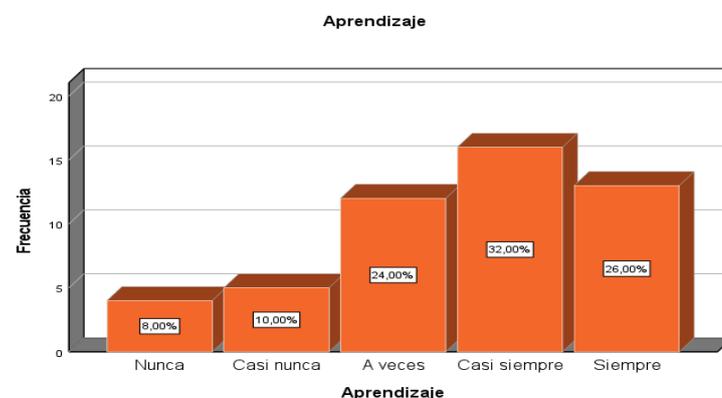
Frecuencia respecto al nivel de aprendizaje

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 8,0 |
| | Casi nunca | 5 | 10,0 |
| | A veces | 12 | 24,0 |
| | Casi siempre | 16 | 32,0 |
| | Siempre | 13 | 26,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la dimensión aprendizaje, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022

Figura 9

Frecuencia respecto al nivel de personalidad



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la frecuencia evaluación cualitativa, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 10 y figura 9, expone la respuesta acerca de la dimensión aprendizaje, encontramos que el 32,0% (16 graduados) manifiestan que casi siempre contribuye el aprendizaje, el 26,0% (13 graduados) indican siempre, el 10,0% (5 graduados) casi nunca y el 8,0% (4 graduados) nunca. Se puede indicar que la mayoría de los graduados manifiestan que el aprendizaje contribuye casi siempre en un 32,0% para que exista motivación en los graduados en la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 11

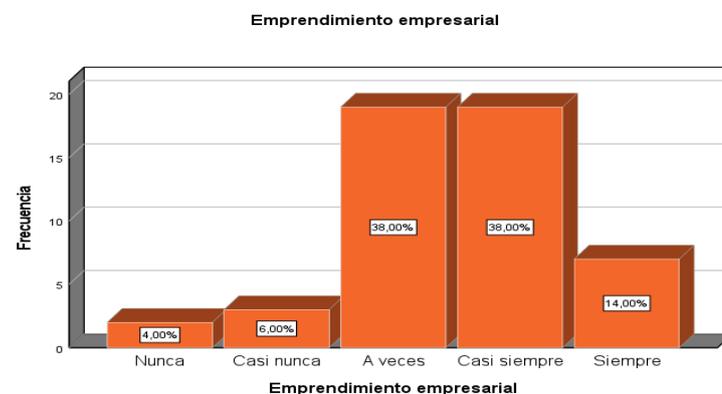
Frecuencia respecto al nivel de emprendimiento empresarial

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 2 | 4,0 |
| | Casi nunca | 3 | 6,0 |
| | A veces | 19 | 38,0 |
| | Casi siempre | 19 | 38,0 |
| | Siempre | 7 | 14,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la variable 2, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

Figura 10

Frecuencia respecto al nivel de emprendimiento empresarial



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de frecuencia de la variable emprendimiento empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022

La tabla 11 y figura 10, expone la respuesta acerca de la variable emprendimiento empresarial, encontramos que el 38,0% (19 graduados) indican que el emprendimiento empresarial existe a veces; de la misma manera el 38,0% (19 graduados) indican casi siempre, el 14,0% (7 graduados) indican siempre, el 6,0% (3 graduados) indican casi nunca y el 4,0% (2 graduados) nunca. Se puede indicar que la mayoría de los graduados indican a veces y casi siempre en un 38,0% para ambas escalas que existe emprendimiento empresarial.

Tabla 12

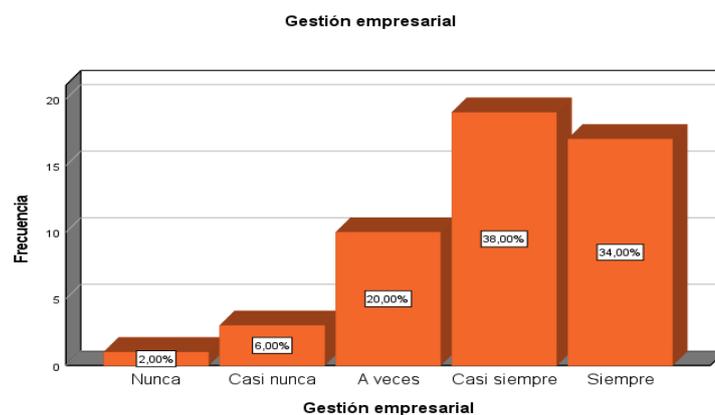
Frecuencia respecto al nivel de gestión empresarial

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,0 |
| | Casi nunca | 3 | 6,0 |
| | A veces | 10 | 20,0 |
| | Casi siempre | 19 | 38,0 |
| | Siempre | 17 | 34,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la gestión empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022

Figura 11

Frecuencia respecto al nivel de gestión empresarial



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la dimensión gestión empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 12 y figura 11, expone la respuesta acerca de la dimensión gestión empresarial, encontramos que el 38,0% (19 graduados) indican casi siempre, siempre 34,0% (17 graduados), 20,0% (10 graduados) a veces, 6,0% (3 graduados) casi nunca y el 2,0% (un graduado) indica nunca. Se puede indicar que la mayoría de los graduados manifiestan que la gestión empresarial interviene casi siempre en un 38,0% para lograr el emprendimiento en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 13

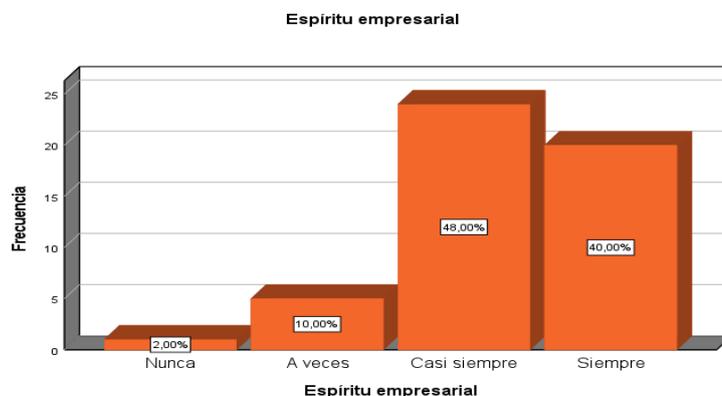
Frecuencia respecto al nivel de espíritu empresarial

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 1 | 2,0 |
| | A veces | 5 | 10,0 |
| | Casi siempre | 24 | 48,0 |
| | Siempre | 20 | 40,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de espíritu empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

Figura 12

Frecuencia respecto al nivel de espíritu empresarial



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la dimensión espíritu empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 13 y figura 12, expone la respuesta acerca de la dimensión espíritu empresarial, encontramos que el 48,0% (24 graduados) indican que el espíritu empresarial contribuye casi siempre, siempre 40,0% (20 graduados), 10,0% (5 graduados) a veces y el 2,0% (un graduado) indican nunca. Se puede indicar que la mayoría de los graduados indican que el espíritu empresarial contribuye casi siempre en un 48,0% para lograr el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 14

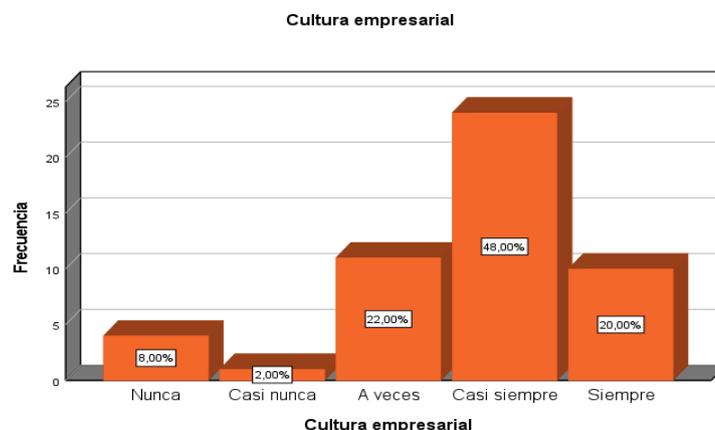
Frecuencia respecto al nivel de cultura empresarial

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|--------------|------------|------------|
| Válido | Nunca | 4 | 8,0 |
| | Casi nunca | 1 | 2,0 |
| | A veces | 11 | 22,0 |
| | Casi siempre | 24 | 48,0 |
| | Siempre | 10 | 20,0 |
| | Total | 50 | 100,0 |

Nota. La tabla muestra los resultados calculados de la cultura empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

Figura 13

Frecuencia respecto al nivel de cultura empresarial



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de la dimensión cultura empresarial, información obtenida al aplicar el instrumento, 2022.

La tabla 15 y figura 13, expone la respuesta acerca de la dimensión cultura empresarial, encontramos que el 48,0% (24 graduados) manifiestan que la cultura empresarial contribuye casi siempre, a veces 22,0% (11 graduados), 20,0% (10 graduados) siempre, 8,0% (4 graduados) nunca y el 2,0% (un graduado) indica casi nunca. Se puede indicar que la mayoría de los graduados indican que la cultura empresarial interviene casi siempre en un 48,0% para el logro del emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

4.2. Contrastación estadística de hipótesis

4.2.1. Prueba de hipótesis

Con el fin de poder probar tanto la hipótesis general y las hipótesis específicas, en cuanto a la determinación del planteamiento de los objetivos trazados, el cual será necesario conocer el contexto, teniendo en cuenta la metodología que será utilizada en los resultados para este proceso de investigación.

4.2.1. Prueba de normalidad

La prueba de normalidad se realizó para seleccionar el estadístico adecuado para efectuar la prueba de hipótesis. El cual se realizó para la variable motivación y emprendimiento empresarial.

Paso 1. Planteamiento de hipótesis

H_1 : Los datos de las variables motivación y emprendimiento empresarial no siguen una distribución normal.

H_0 : Los datos de las variables motivación y emprendimiento empresarial siguen una distribución normal.

Paso 2. Nivel de significancia (α)

Para la investigación, se estableció el margen de error o la probabilidad de equivocarse igual a 5% ($\alpha = 0.05$); mientras que el nivel de confianza o seguridad es igual a 95%.

Paso 3. Estadígrafo de prueba

El contraste de la normalidad se realizó con el estadístico de prueba de Shapiro-Wilk, determinando que el tamaño de muestra es menor igual a cincuenta (50) datos. Para ello se utilizó el paquete estadístico SPSS v26.

Tabla 15

Prueba de normalidad de las variables

| | Shapiro-Wilk | | |
|----------------------------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Motivación | ,922 | 50 | ,003 |
| Emprendimiento empresarial | ,960 | 50 | ,088 |

Nota. La tabla muestra los resultados de la prueba de normalidad de las variables

Paso 4. Establecimiento de la regla de decisión

Si p-Valor < 0.05 se acepta la H_1 y se rechaza la H_0 .

Si p-Valor > 0.05 se rechaza la H_1 y se acepta la H_0 .

Paso 5. Toma de decisión

Determinado el análisis, se dispone que el p-Valor calculada es menor a p-Valor crítico (sig. 0,003 < α 0.05); por tanto, se establece que los datos de la variable motivación posee una distribución no normal. Por ende, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 . Mientras para la variable emprendimiento empresarial el p-Valor calculada es mayor a p-Valor crítico (sig. 0,088 > α 0.05); posee una

distribución normal. Por lo tanto, se rechaza la H_1 y se acepta la H_0 . Bajo este supuesto, se procedió a contrastar las hipótesis en el marco del análisis no paramétrico y con el estadístico coeficiente rho de Spearman ya que ambas variables no siguen una distribución normal.

4.3. Análisis a nivel inferencial

4.3.1. Correlación de rho - Spearman

Para la contrastación de hipótesis, se determinó la decisión de usar el estadístico no paramétrico de r – Spearman según la prueba de normalidad aplicada, para luego valorar la situación de correlación que existe entre las variables en estudio a un nivel de significancia menor a 0,05.

4.3.2. Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H_1 : La motivación se relaciona con el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H_0 : La motivación no se relaciona con el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 16*Resultados contrastados de hipótesis general*

| | | | Motivación (Agrupada) | Emprendimiento empresarial (Agrupada) |
|--------------------|---|--|--------------------------|---|
| Rho de Spearman | Motivación (Agrupada) | Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N | 1,000 . 50 | ,481** ,000 50 |
| | Emprendimiento empresarial (Agrupada) | Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N | ,481** ,000 50 | 1,000 . 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de las variables en estudio ello con respecto a la hipótesis general, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 16, señala una correlación positiva moderada por ser el Sig. (bilateral) menor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva moderada conforme al rho Spearman de 0,481** encontrado. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, la motivación se relaciona con el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que la motivación y el emprendimiento empresarial varían en el mismo sentido es decir de manera proporcional.

Prueba de hipótesis específica primera

H₁: La percepción se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de

Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H₀: La percepción no se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 17

Resultados contrastados de la hipótesis específica primera

| | | | Percepción (Agrupada) | Gestión empresarial (Agrupada) |
|-----------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------------------------|
| Rho de Spearman | Percepción (Agrupada) | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,411** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,003 |
| | Gestión empresarial (Agrupada) | N | 50 | 50 |
| | | Coefficiente de correlación | ,411** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,003 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de las dimensiones en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 1, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 17, señala una correlación positiva moderada por ser el Sig. (bilateral) menor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva moderada conforme al rho Spearman de 0,411** encontrado. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1, la percepción se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que la percepción y gestión empresarial varían en el mismo sentido; es decir están asociadas entre sí.

Prueba de hipótesis específica segunda

H₁: La percepción se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H₀: La percepción no se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 18

Resultados contrastados de la hipótesis específica segunda

| | | | Percepción (Agrupada) | Espíritu empresarial (Agrupada) |
|-----------------|---------------------------------|----------------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Rho de Spearman | Percepción (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,528** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Espíritu empresarial (Agrupada) | Coeficiente de correlación | ,528** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 2, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 18, señala una correlación positiva moderada por ser el Sig. (bilateral) menor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva moderada conforme al

r Spearman de 0,528** encontrado. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2, la percepción se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que la percepción y el espíritu empresarial varían en el mismo sentido; porque están asociadas entre sí.

Prueba de hipótesis específica tercera

H₁: La percepción se relaciona con la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H₀: La percepción no se relaciona con la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020

Tabla 19

Resultados contrastados de la hipótesis específica tercera

| | | | Percepción (Agrupada) | Cultura empresarial (Agrupada) |
|--------------------|--------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| Rho de Spearman | Percepción (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,035** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,809 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Cultura empresarial (Agrupada) | Coeficiente de correlación | ,035 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,809 | . |
| | | N | 50 | 50 |

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 3, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 19, señala una correlación positiva muy baja por ser el Sig. (bilateral) mayor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva muy baja conforme al rho de Spearman de 0,035** encontrado. Entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica 3, la percepción no se relaciona con la cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que la percepción y la cultura empresarial no varían en el mismo sentido; porque no están asociadas entre sí.

Prueba de hipótesis específica cuarta

H₁: La personalidad se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H₀: La percepción no se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 20*Resultados contrastados de la hipótesis específica cuarta*

| | | | Personalidad (Agrupada) | Gestión empresarial (Agrupada) |
|--------------------|--------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Rho de Spearman | Personalidad (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,430** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,002 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Gestión empresarial (Agrupada) | Coeficiente de correlación | ,430** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,002 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 4, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 20, señala una correlación positiva moderada por ser el Sig. (bilateral) menor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva moderada conforme al rho de Spearman de 0,430** encontrado. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 4, la personalidad se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020. Por lo expuesto, podemos inferir que la personalidad y la gestión empresarial varían en el mismo sentido.

Prueba de hipótesis específica quinta

H₁: La personalidad se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H₀: La personalidad no se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 21

Resultados contrastados de la hipótesis específica quinta

| | | Personalidad (Agrupada) | Espíritu empresarial (Agrupada) |
|-----------------|---------------------------------|----------------------------|---------------------------------|
| Rho de Spearman | Personalidad (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,399** |
| | | N | 50 |
| | Espíritu empresarial (Agrupada) | Coeficiente de correlación | ,399** |
| | | Sig. (bilateral) | ,004 |
| | | N | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 5, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 21, señala una correlación positiva baja por ser el Sig. (bilateral) menor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva baja conforme al rho de Spearman de 0,399** encontrado. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 5, la personalidad se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que la personalidad y el espíritu empresarial varían en el mismo sentido.

Prueba de hipótesis específica sexta

H₁: La percepción se relaciona con la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

H₀: La percepción no se relaciona con la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 22

Resultados contrastados de la hipótesis específica sexta

| | | | Personalidad (Agrupada) | Cultura empresarial (Agrupada) |
|-----------------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| Rho de Spearman | Personalidad (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | -,123* |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,393 |
| | Cultura empresarial (Agrupada) | N | 50 | 50 |
| | | Coeficiente de correlación | -,123 | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,393 | . | |
| | N | 50 | 50 | |

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 6, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 22, señala una correlación negativa muy baja por ser el Sig. (bilateral) mayor a 0,05; por lo tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación negativa muy baja conforme al rho de Spearman de -0,123** encontrado. Entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica 6, la personalidad no se relaciona con la cultura empresarial en los graduados de la

Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que la personalidad y la cultura empresarial no varían en el mismo sentido.

Prueba de hipótesis específica séptima

H₁: El aprendizaje se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020

H₀: El aprendizaje no se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 23

Resultados contrastados de la hipótesis específica séptima

| | | | Aprendizaje (Agrupada) | Gestión empresarial (Agrupada) |
|-----------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------------------|
| Rho de Spearman | Aprendizaje (Agrupada) | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,503** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | Gestión empresarial (Agrupada) | N | 50 | 50 |
| | | Coefficiente de correlación | ,503** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 7, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 23, señala una correlación positiva moderada por ser el Sig. (bilateral) menor a 0,05; por tanto, el resultado es a un nivel

de confianza del 95%. Es correlación positiva moderada conforme al rho de Spearman de 0,503** encontrado. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 7, el aprendizaje se relaciona con la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que el aprendizaje y la gestión empresarial varían en el mismo sentido.

Prueba de hipótesis específica octava

H₁: El aprendizaje se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020

H₀: El aprendizaje no se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 24

Resultados contrastados de la hipótesis específica octava

| | | | Aprendizaje (Agrupada) | Espíritu empresarial (Agrupada) |
|--------------------|---------------------------------------|-------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|
| Rho de Spearman | Aprendizaje (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,267 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,061 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Espíritu empresarial (Agrupada) | Coeficiente de correlación | ,267 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,061 | . |
| | | N | 50 | 50 |

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 8, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 24, señala una correlación positiva baja por ser el Sig. (bilateral) mayor a 0,05; por lo tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva baja conforme al rho de Spearman de 0,267 encontrado. Entonces se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica 8, el aprendizaje no se relaciona con el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos concluir que el aprendizaje y el espíritu empresarial no varían en el mismo sentido.

Prueba de hipótesis específica novena

H₁: El aprendizaje se relaciona con la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020

H₀: El aprendizaje no se relaciona con la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Tabla 25*Resultados contrastados de la hipótesis específica novena*

| | | | Aprendizaje (Agrupada) | Cultura empresarial (Agrupada) |
|--------------------|--------------------------------------|-------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| Rho de Spearman | Aprendizaje (Agrupada) | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,179 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,213 |
| | Cultura empresarial (Agrupada) | N | 50 | 50 |
| | | Coeficiente de correlación | ,179 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,213 | . |
| | | N | 50 | 50 |

Nota. La tabla muestra los resultados de correlación de la dimensión y variable en estudio ello con respecto a la hipótesis específica 9, información obtenida al aplicar el instrumento 2022.

La tabla 25, señala una correlación positiva muy baja por ser el Sig. (bilateral) mayor a 0,05; por lo tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%. Es correlación positiva muy baja conforme al rho de Spearman de 0,179 encontrado. Por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis específica 9, el aprendizaje no se relaciona con la cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo expuesto, podemos inferir que el aprendizaje y la cultura empresarial no varían en el mismo sentido.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Primero: Se determinó como objetivo general: Establecer el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Para el análisis y establecer la relación de estas variables se usó el coeficiente de rho de Spearman en el cual se obtuvo como resultado de 0,481** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,000; es decir menor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre las variables; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.

Por lo tanto, se puede señalar que las variables tienen una relación significativa entre la motivación y el emprendimiento empresarial. Esto quiere decir que a un mayor fortalecimiento de la motivación ello incide directamente a un mayor logro del emprendimiento empresarial.

El resultado obtenido en la presente investigación guarda relación con los antecedentes considerados en la presente investigación con respecto a los resultados: Calero et al. (2020) en su tesis "La motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios: Caso Universidad Técnica de Manabí", donde se analizó el grado de motivación que tienen los alumnos para realizar emprendimiento e innovación, sus aspiraciones, las oportunidades que ven en el mercado, el aprendizaje que deben desarrollar en sus carreras para que los direccionen hacia una vida económicamente activa donde cada uno es su patrono y no dependen de los negocios/empresas ya establecidas para el sustento de sus hogares. Se llegó a una conclusión principal que en su mayoría los

estudiantes están motivados a la innovación y emprendimiento por otro lado las preguntas desarrolladas demuestran que hay iniciativa por parte de los estudiantes universitarios para hacer cosas nuevas, buscan oportunidades de negocios. Las oportunidades de aprendizaje y de negocios es lo que consideran como lo más importante para el futuro de su vida y que indicaron respuestas de más del 75% que podrían tener cualidades para ser emprendedor. Conclusión confirmada cabe indicar. Lo cual demostraría que las metodologías son replicables.

Por otra parte, Hincho y Mamani (2018) en su tesis “El emprendimiento empresarial de los egresados de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017” con el propósito de comparar el emprendimiento empresarial de los egresados de las Carreras Profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017. Se llegó a una conclusión principal de que se demostró la existencia de diferencia del Emprendimiento Empresarial se en los egresados de las Carreras Profesionales de la UNAMAD; el estadístico de prueba utilizado fue ANOVA de un factor, y el test de Tukey, a un nivel de significancia de 0.05, $F = 4.786$; $p < 0.05$.

Así mismo según Chiavenato (2009), la motivación; está íntimamente relacionado con el comportamiento y el desempeño de las personas. Por lo antes señalado se puede señalar que la motivación es un conjunto de estímulos tanto internos y externos que tienen las personas para alcanzar un objetivo definido.

De acuerdo a los resultados sobre las variables motivación y emprendimiento empresarial, se determina que existen una relación entre las variables, considerando que a mayor fortalecimiento de la motivación contribuirá para el logro del emprendimiento empresarial en los graduados.

Segundo. Respecto al primer objetivo específico planteado: Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020. Para el análisis y establecer la relación de estas

dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de 0,411** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,03; es decir menor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre las variables; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados. Por lo tanto, se puede señalar que las dimensiones tienen una relación significativa entre la percepción y la gestión empresarial. Esto quiere decir que sufren cambios de manera proporcional entre ambas dimensiones; es decir que si existe una buena percepción (proceso mediante el cual las personas tratan de dar sentido al mundo que las rodea) existirá una buena gestión empresarial en los graduados. Estos resultados son corroborados por Robbins y Coulter (2005), quienes indican que la percepción es un proceso por medio del cual las personas dan significado a su ambiente organizando e interpretando sus impresiones sensoriales. La investigación sobre la percepción demuestra sistemáticamente que los individuos pueden ver la misma cosa, pero percibirla de manera diferente. Y, por supuesto, nos comportamos de acuerdo con nuestras percepciones; en tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que se puede afirmar que la interpretación falsa del entorno genera controversias y cuando existe una buena impresión existe una buena interpretación para el desarrollo de una buena gestión; es decir las personas se comportan en función a sus necesidades y experiencias pasadas.

Tercero. Respecto al segundo objetivo específico planteado: determinar el grado de relación que existe entre la percepción y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de 0,528** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,000; es decir menor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre las variables; se

concluye entonces que existe un grado de relación significativa entre la percepción y el espíritu empresarial en los graduados. Lo que nos da a entender que sufren cambios de manera proporcional entre ambas dimensiones; es decir, que si existe una buena percepción (proceso mediante el cual las personas tratan de dar sentido al mundo que las rodea) habrá el adiestramiento al espíritu empresarial en los graduados. Estos resultados son corroborados por Duarte y Ruiz (2009), quienes mencionan que el emprendedor debe contar con unas características personales tales como: necesidad de logro, disciplina, alta autoestima, trabajar por resultados y por consiguiente construye ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto; también el espíritu empresarial con: dinamismo, creatividad, innovación, flexibilidad, crecimiento y riesgo, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, es necesario desarrollar desde el aspecto psicológico de una persona para sobrellevar todas las transformaciones y el desempeño para el desarrollo tanto personal y profesional en los graduados.

Cuarto. Respecto al tercer objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de 0,035** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,809; es decir mayor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva baja entre las variables; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados. Esto quiere decir que la percepción no repercute para la creación de una cultura empresarial, es decir el punto de vista de un individuo no será suficiente para la creación de una cultura empresarial. Estos resultados son corroborados por Duarte y Ruiz (2009), quienes llegan a concluir que la cultura debe estar soportada intra e interinstitucionalmente, que generen la asociación necesaria para alcanzar el desarrollo a escala humana, desde la alineación de los distintos subsectores

económicos. Por otra parte, Pérez (2019) en su tesis “El clima motivacional y el emprendedurismo como factores del desarrollo de la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM.” refiere que la variable clima motivacional y la variable emprendedurismo ayudan al desarrollo de la cultura emprendedora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Este se da como consecuencia de la estructura combinada de desarrollo del comportamiento y las actitudes, sumado a los conocimientos, capacidades y habilidades empresariales. Las teorías de la motivación cumplen un rol primordial en la comprensión y la gestión eficiente de estas estructuras de comportamiento y motivaciones en el proceso de desarrollo de una cultura empresarial. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, la percepción no necesariamente repercute al desarrollo de una cultura empresarial el cual tiene como objetivo conservar un ambiente propicio para la discusión, proyección e implementación de nuevas empresas.

Quinto. Respecto al cuarto objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de 0,402** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,002; es decir menor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre las variables; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados. Esto quiere decir que cuanto mejor sea la estabilidad del comportamiento de una persona será extraordinario el desenvolvimiento para la aplicación de una buena gestión empresarial en los negocios. Este resultado posee similitud por Robbins y Coulter (2014), quienes mencionan que la personalidad es nuestra forma natural de hacer las cosas y relacionarnos con los demás, suele ser descrita en términos de los rasgos medidos y valorados por la gente. Nuestro interés en analizar la personalidad radica

en que, al igual que las actitudes, constituye un factor que afecta el cómo y el por qué nos comportamos y como lo hacemos. en tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, la personalidad va de la mano para el fortalecimiento de la gestión empresarial en los graduados; el cual es muy importante ya que al comportarse de una manera apropiada determinará el crecimiento, la transformación y el desarrollo de algún proyecto por desarrollar.

Sexto. Respecto al quinto objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre la personalidad y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de 0,399** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,004; es decir menor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido equivale a una correlación positiva baja entre las variables; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa entre la personalidad y el espíritu empresarial en los graduados. Esto quiere decir que cuanto mejor sea percibida la personalidad mayor será el desempeño del espíritu empresarial, es decir podrá desenvolverse adecuadamente en una empresa, experimentando un nivel determinado de sus competencias. Estos resultados son corroborados por Calero et al. (2020) en su tesis “la motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios: caso Universidad Técnica de Manabí” quienes en su investigación llegaron a concluir que las oportunidades de aprendizaje y de negocios es lo que consideran como lo más importante para el futuro de su vida. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, es necesario desarrollar la formación en competencias referente a la innovación y cambio ante los graduados.

Séptimo. Respecto al sexto objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la

relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de $-0,123^{**}$ con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,393; es decir mayor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación negativa muy baja entre las variables; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados. Esto quiere decir que la personalidad no repercute para la creación de la cultura empresarial, es decir se demuestra que la personalidad no necesariamente es una opción idónea para la creación de una cultura empresarial. Estos resultados son corroborados por Pérez (2019) en su tesis "El clima motivacional y el emprendedurismo como factores del desarrollo de la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, quien llegó a concluir que la cultura emprendedora tiene como objetivo central, la conservación de un ambiente propicio para la discusión, proyección e implementación de nuevas empresas. por ello dispone a la universidad como un laboratorio donde se ensayan los nuevos productos, bienes y servicios, y las nuevas organizaciones, llamadas a ser parte de la dinámica del crecimiento económico. en tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que no necesariamente repercute la personalidad, sino que es necesario desarrollar la creación de una cultura empresarial para familiarizarse con el emprendimiento, además, a través de ella se busca generar conocimientos para tener futuros profesionales aptos para una vida exitosa.

octavo. Respecto al séptimo objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de $0,503^{**}$ con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,000; es decir menor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre las variables; se concluye

entonces que existe un grado de relación significativa entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados. . Esto quiere decir que cuanto mayor sea el aprendizaje mayor será el desarrollo de una buena gestión empresarial, es decir el conocimiento será una parte favorable para que exista una exitosa gestión al momento de iniciar un negocio. Estos resultados son corroborados Estos resultados son corroborados por Machaca et al. (2021) en su tesis “Motivación y emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios”, quienes en su investigación quienes llegaron a concluir que es necesario empezar con los jóvenes familiarizándolos con los conceptos de emprendimiento para la futura administración de su propio negocio, para ello se requiere que deben ser creativos, perseverantes e innovadores con nuevos conocimientos con visión de futuro. Una manera de motivarles a los jóvenes es gracias a los concursos de emprendimientos, proyectos, aprendizajes cooperativos, para ello en la programación curricular de las carreras de administración deben incluirse estos temas, a fin de que realicen diferentes actividades como talleres de coach, salón del exalumno para conocer la realidad universitaria, talleres de liderazgo, visitas a empresas, etc. Al ayudar a los estudiantes a desarrollar su talento y proporcionarles la confianza suficiente para lograr sus metas, les aportan una ventaja competitiva adicional, fomentando hacia el desarrollo de una educación con autonomía y responsabilidad. En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, es necesario desarrollar el conocimiento necesario referente al emprendimiento; además, a través de ella se busca la aversión a los riesgos para poder sobrellevar una dificultad y tener un exitoso manejo de un negocio y por ende sobrellevar los problemas a presentarse en todo el transcurso de la creación y establecimiento de una empresa.

Noveno. Respecto al octavo objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como

resultado de 0,267** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,061; es decir mayor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva baja entre las variables; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados. . Esto quiere decir que el aprendizaje no repercute a la aplicación del espíritu empresarial, es decir no necesariamente se necesita el conocimiento para el desarrollo del espíritu empresarial ya que este último se basa en habilidades y destrezas de un individuo. Estos resultados son corroborados por Stoner et al. (1996) quienes mencionan que el espíritu emprendedor se refiere, sobre todo, al cambio y, por ende, produce cuatro beneficios sociales: fomenta el crecimiento económico, incrementa la productividad, crea tecnologías, productos y servicios nuevos y cambia y rejuvenece la competencia en los mercados. en tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, para tener un buen cambio referente al desarrollo de los negocios no necesariamente implica con el conocimiento más bien prevalece el cambio, ante todo; además, busca por regla general el estudio exhaustivo del entorno para garantizar el éxito del cambio.

Decimo. Respecto al noveno objetivo específico planteado: determinar el grado de relación entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de administración de empresas. Para el análisis y establecer la relación de estas dimensiones se utilizó el coeficiente de rho de Spearman el cual se obtuvo como resultado de 0,179** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,213; es decir mayor a 0.05 a través de la prueba no paramétrica; y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva baja entre las variables; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados. Esto quiere decir que el aprendizaje no repercute para la creación de una cultura empresarial, es decir no necesariamente se necesita como parte primordial el aprendizaje para la creación de una

cultura ya que esta tiene por finalidad crear ambientes propicios en donde se generara conocimientos básicos en los netamente para la generación de negocios en los futuros graduados. Estos resultados son corroborados por Huaraca y Cáceres (2017) en su tesis “La formación profesional y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, 2014; quienes en su investigación llegaron a concluir que el proceso de aprendizaje tiene un impacto moderado en el desarrollo y análisis de los factores de motivación empresarial ya que aunque los estudiantes tienen una baja motivación de aprendizaje, son capaces de analizar e identificar oportunidades de negocio para sus emprendimientos y competitividad en el mercado. En tal sentido, bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, es necesario desarrollar un ambiente exclusivamente para los temas de emprendimientos en donde se analizará, investigará exhaustivamente el mercado para la generación de negocios y por ende poner en marcha ya que este contará con el apoyo de la institución como parte de ella.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo general que es establecer el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020; según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0,481** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,000; es decir menor a 0.05; por lo tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre las variables; ello concretiza que a un mayor fortalecimiento de la motivación incide directamente a un mayor logro de emprendimientos en los graduados de la UNAJMA.
2. En relación al primer objetivo específico determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020; según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0,411** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,003; es decir menor a 0.05; por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre percepción y la gestión empresarial; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa, es decir sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.
3. En relación al segundo objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre la percepción y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0,528** con un nivel de significancia Sig.

(bilateral) de 0, 000; es decir menor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre percepción y el espíritu empresarial; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa, es decir sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.

4. Con relación al tercer objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0, 035** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0, 809; es decir mayor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva muy baja entre percepción y la creación de una cultura empresarial; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa, es decir no sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones. Lo que significa que las personas interpretan el mundo que los rodea; mas no repercute para la creación de una cultura empresarial lo cual incluye el desarrollo continuo del enfoque innovador en un ambiente propicio.
5. En lo que concierne al cuarto objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0, 430** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0, 002; es decir menor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de

acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre personalidad y la gestión empresarial; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa, es decir sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.

6. En relación al quinto objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0,399** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,004; es decir menor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva baja entre personalidad y el espíritu empresarial; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa, es decir sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.
7. Con respecto al sexto objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de -0,123** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0,393; es decir mayor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación negativa muy baja entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa, es decir no sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.

8. En lo que concierne al séptimo objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0, 503** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0, 000; es decir menor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva moderada entre aprendizaje y la gestión empresarial; se concluye entonces que existe un grado de relación significativa, es decir sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.
9. En relación al octavo objetivo específico que fue determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0, 267** con un nivel de significancia Sig. (bilateral) de 0, 061; es decir mayor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva baja entre personalidad y el espíritu empresarial; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa, es decir no sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.
10. Finalmente, respecto al noveno objetivo que fue determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020, según los resultados del coeficiente de correlación rho de Spearman que es de 0, 179** con un nivel de

significancia Sig. (bilateral) de 0, 213; es decir mayor a 0.05 por tanto, el resultado es a un nivel de confianza del 95%, a través de la prueba no paramétrica, y de acuerdo al grado de correlación del valor obtenido corresponde a una correlación positiva baja entre la personalidad y el espíritu empresarial; se concluye entonces que no existe un grado de relación significativa, es decir no sufren modificaciones de manera proporcional entre las dimensiones.

RECOMENDACIONES

1. A la unidad de seguimiento al graduado en coordinación con la Escuela Profesional de Administración de Empresas que desarrollen, encaminen e implementen incubadoras de empresas, ya que representa una oportunidad para iniciar un negocio e incluso para emplear a quienes pierden su puesto de trabajo en situaciones como la actual crisis que se viene atravesando, es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la generación de las nuevas empresas.
2. A la Escuela Profesional de Administración de Empresas gestionar de manera fundamental para que se analicen, mejoren y actualicen aquellos contenidos académicos de las asignaturas dictadas, acordes a la demanda y exigencias del mercado, con el fin de que les permita tener profesionales competitivos en el mundo laboral y con capacidad de emprender negocios.
3. A la unidad de seguimiento al graduado en coordinación con la Escuela Profesional de Administración de Empresas promover e instruir para el emprendimiento, es decir no sólo enseñar a formar empresas que sin duda es un elemento esencial; sino también debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, es decir desarrollar competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado. Todo ello requiere de una gran voluntad de las autoridades universitarias y de tener una amplia visión del nuevo entorno en el que se mueven los centros de formación superior, ya que a la fecha no ha sido explotada como una excelente estrategia de diferenciación o como un mayor valor agregado.
4. A la unidad de seguimiento del graduado que desarrolle ambientes propicios para la integración y la concientización de los graduados con el fin de instruir un profesional exitoso, de tal forma promover el progreso con la creatividad perseverancia y la innovación.

5. A los graduados desarrollar, mejorar y trabajar en cuanto a su personalidad con la constante preparación, capacitación y actualización con el fin de sobrellevar los constantes cambios que se viene atravesando en la sociedad; entendiendo de que la personalidad influye en cómo nos enfrentamos a los obstáculos, tratamos a los demás o celebramos los objetivos que logramos.
6. A los graduados deben asumir progresivamente la responsabilidad de su propio aprendizaje; reconocer que el aprendizaje solo se logra haciéndolos ellos mismos y que desarrollarán habilidades y competencias profesionales a través de la participación, activa y voluntariamente.
7. A los graduados y a la escuela profesional de administración de empresas frente al cambio radical que se viene atravesando tener la firmeza y el compromiso necesario para la aplicación de los conocimientos adquiridos ya que este último se adquirirá como consecuencia del aprendizaje instruido por la escuela por ende se tiene que implementar un plan curricular vinculados a la educación empresarial; y este sea como una destreza para los futuros graduados.
8. A la Escuela Profesional de Administración de Empresas y en general quienes son docentes universitarios deben inculcar y fomentar en sus estudiantes el interés por emprender, pero un emprendimiento que sea previamente analizado y planificado, un emprendimiento que contemple siempre ese aspecto innovador necesario e indispensable en cada uno de los intentos. La educación y la formación deben contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable, la sensibilización hacia las salidas profesionales como empresarios y las competencias el cual servirá de base para el éxito.
9. A la Unidad de Seguimiento al graduado incluir talleres coach, conferencias y concursos de emprendimientos; todo con el fin de concientizar a los graduados para tener profesionales decididos con visión al futuro.

10. Finalmente, a las autoridades se les recomienda crear un centro de emprendimiento dentro de la universidad e implementarlos con asesorías, equipos de oficina y laboratorios que ayuden en la generación y fortalecimiento de emprendimientos en los graduados, el cual brindará apoyo y asesoría sobre temas concernientes a planes de negocio, asesoría tributaria, investigación de mercado y generación de redes de contacto. En el caso de los egresados que cuenten con un negocio en marcha, el centro de emprendimiento podrá brindar apoyo para la expansión y ser más competitivos en el mercado todo ello brindando asesorías especializadas.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la Metodología Científica*. EPISTEME, C.A.
- Pérez Palacios, E. (2012). ¿Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento? *Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM*, 15(29). <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/articulo/view/8790/7630>
- (SUNEDU), S. N. (2014). *Ley Universitaria N° 30220*. Diario Oficial el Peruano. <https://www.sunedu.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-universitaria-30220.pdf>
- Álvarez Martínez, J., & Rojas Ochoa, J. (2021). “La motivación intrínseca y extrínseca en el aprendizaje del idioma inglés: un estudio de caso en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 13(5). <https://www.eumed.net/es/revistas/atlante/2021-mayo/motivacion-intrinseca-extrinseca>
- Arroyo Japura, G., y Valle Díaz, F. (2020). Aprendizaje y nuevas tecnologías. En M. H. Carrión, *Educacion actual. Momento presente* (pp. 197-209). Albahaca Publicaciones.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. PEARSON.
- Bouby Tolentino, F. (2014). El fomento del emprendimiento empresarial y formación profesional universitaria: centro de emprendimiento en la FCA, UNMSM. *Gestión en el Tercer Milenio*, 17-I(33). doi:<https://doi.org/10.15381/gtm.v17i33.11677>
- Calero Guevara, F., Mero Mero, R., y Franco Chávez, M. (Diciembre de 2020). La motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios: Caso Universidad Técnica de Manabí. *FIPCAEC*, 5(5). doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.316>
- Cama Flores, S. (2015). *Fundamentos del Emprender: Creación y Gestión de Empresas*. Fondo Editorial - UNAJMA 2015.
- Carrasco Díaz, S. (2006). *Metodología de Investigación Científica*. San Marcos.
- Cedeño Proaño, A. (2020). *Estrategia pedagógica para fortalecer la motivación profesional de los estudiantes de la facultad de filosofía de la Universidad de Guayaquil 2019*. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65939?locale-attribute=es>
- Cervantes Muñoz, M., y Narváez Ferrín, M. (2021). Cualidades emprendedoras del graduado de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía*, 7(13). doi:<https://doi.org/10.29105/pgc7.13-9>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional La dinámica del éxito en las Organizaciones*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

- Duarte , T., y Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, XV(43). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Duarte Silva, J. (2008). *Emprendedor "crear su propia empresa"*. alfaomega colombiana S.A.
- Formichella, M. M. (Enero de 2004). El Concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.: https://www.academia.edu/32431416/EL_CONCEPTO_DE_EMPRENDIMIENTO_Y_SU_RELACION_CON_LA_EDUCACION_EL_EMPLEO_Y_EL_DESARROLLO_LOCAL
- Fragoso Mora, A., Sánchez Ramos, M., Oliva Ramos, J., Zárate Negrete, L., Pérez Márquez, R., y Elías Chávez, A. (mayo de 2021). *Actitud emprendedora en Instituciones de Educación Superior de Guanajuato*. doi:<http://doi.org/10.29410/QTP.21.08>
- Freire, A. (2004). *Pasión por Empezar de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Santillana Ediciones Generales S.L.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de Investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hidalgo Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación The Culture of Entrepreneurship and education. *Dialnet*, 15(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599803>
- Hincho Sallo , P., y Mamani Huanaco, K. (2018). "El Emprendimiento Empresarial de los egresados de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios 2014-2017 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/379/004-3-10-006.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huaraca Rivero, R., & Cáceres Bolaños, Y. (2017). *La Formación Profesional y su influencia en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Escuela Académico profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, 2014 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Micaela Bastidas]*. Repositorio Institucional UNAMBA. REPOSITORIO UNAMBA: <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/556>
- James , A., Stoner, J., Freeman, R., y Gilbert JR., D. (1996). *Administración*. Mexico: Copyright © MCMXCV.
- Lussier, R., & Achua, C. (2008). *Liderazgo: Teoría, Aplicación, Desarrollo de habilidades*. Mexico: Edamsa Impresiones S.A.
- Lussier, R., y Achua, C. (2016). *LIDERAZGO Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades* (6ta Edición ed.). Mexico: Cengage Learning Editores, S.A.

- Machaca Huancollo, D., Condori Cari, L., Larico Mamani, E., y Coila Alcocer, A. (2021). Motivación y emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. *Polo del Conocimiento*, 06(07). doi:10.23857/pc.v6i7.2859
- Mora, L., Duran Vasco, M., y Zambrano Loor, J. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Revista Científica dominio de las Ciencias*, 2(4). <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/276/328>
- Moreno Mahecha, Y. (2016). Fomento a la cultura del emprendimiento: la experiencia de Universitaria Agustiniiana Promoting the culture of entrepreneurship: the experience of Augustinian University. *revista crearE*(1). <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/132/1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, B. A. (2018). Reflexiones acerca de la motivación. *revista mapa*, 2(8). <https://www.revistamapa.org/index.php/es/article/view/61>
- Ortega Quispe, R. (2018). *Nivel de Emprendimiento en los estudiantes del décimo semestre de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, 2018*[tesis de Licenciatura, universidad de UNAJMA]. Repositorio Institucional UNAJMA: https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/399/Ronal_Claudio_Tesis_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez Palacios, E. E. (2019). *El clima motivacional y el emprendedurismo como factores del desarrollo de la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM* [Tesis para optar grado de Doctor en Ciencias Administrati, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio UNMSM. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10760/Perez_pe.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pérez Rivero, C., Fernández de Arroyabe, J., Ubierna Gómez, F., y Arranz Peña, N. (2016). El desarrollo de la motivación emprendedora en estudiantes de turismo. Un análisis comparado entre alumnos de grado y postgrado. *Esic Market Economics and Business Journal*, 47(1). doi: 10.7200/esicm.153.0471.2e
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración Octava Edición* (Octava ed.). Pearson Educación.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración* (Decimosegunda ed.). PEARSON.
- Rodríguez González, A. (2014). *Emprendimiento: una megatendencia a nivel mundial*. Forbes Mexico: <https://www.forbes.com.mx/emprendimiento-una-megatendencia-nivel-mundial/>
- Schumpeter, J. (1996). *Teoría del desenvolvimiento Económico*. S.L. Fondo de Cultura Económica de España.
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., y Morales, O. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor PERÚ 2018-2019*. Universidad ESAN.
- Serida, J., Carlos, G., Alzamora, J., Borda, A., y Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016-2017*. Universidad ESAN: <https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1249/reporte-gem-2016-2017-final-1511885927.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Stoner, J., Freeman, R., R. , D., y JR., G. (1996). *Administración* (6ta Edición). Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial.
- Taco, Á. M. (2020). *El emprendimiento como alternativa laboral para los Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018 [tesis de maestría, Universidad Técnica de Cotopaxi]*. Repositorio Digital Universidad Técnica de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7359>
- Varela Villegas, R. (2010). *El Espíritu Empresarial como opción de desarrollo profesional*. Universidad ICESI:
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/4066/1/el_espiritu_empresarial_como_opcion_de_desarrollo_profesional.pdf
- Varela Villegas, R. (2010). *El profesional empresario*. Universidad ICESI:
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/3922/1/el_profesional_empresario.pdf
- Vásquez Serrano, J. (2018). Análisis sobre la motivación educativa. *MAPA*, 8(4).
<http://www.revistamapa.org/index.php/es/article/view/64/47>
- Viloria Escobar, J., Daza Corredor, A., y Miranda Terraza, L. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de Administración de Empresas de la Universidad del ,Madgalena, 2010-2014. *Contexto*, 5(161-171).
doi:<https://doi.org/10.18634/ctxj.5v.0i.584>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia de la investigación

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES Y DIMENSIONES |
|--|---|--|--|
| <p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>b. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la percepción y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020??</p> <p>c. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>d. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad</p> | <p>Objetivo General:</p> <p>Establecer el grado de relación que existe entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>a. Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>b. Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>c. Determinar el grado de relación que existe entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>d. Determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad</p> | <p>Hipótesis general</p> <p>Existe el grado de relación moderada entre la motivación y el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a. Existe el grado de relación moderado entre la percepción y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>b. Existe el grado de relación moderado entre la percepción y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>c. Existe el grado de relación moderado entre la percepción y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>d. Existe el grado de relación moderado entre la personalidad y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad</p> | <p>V1: Motivación D1: Percepción D2: personalidad D3: Aprendizaje</p> <p>V2: Emprendimiento empresarial D1: Gestión empresarial D2: Espíritu Empresarial D3: Cultura empresarial</p> |

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>e. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la personalidad y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020??</p> <p>f. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>g. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>h. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> <p>i. ¿Cuál es el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020?</p> | <p>Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>e. Determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>f. Determinar el grado de relación que existe entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>g. Determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>h. Determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>i. Determinar el grado de relación que existe entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> | <p>Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>e. Existe el grado de relación moderado entre la personalidad y el espíritu emprendedor en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>f. Existe el grado de relación moderado entre la personalidad y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>g. Existe el grado de relación moderado entre el aprendizaje y la gestión empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>h. Existe el grado de relación moderado entre el aprendizaje y el espíritu empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> <p>i. Existe el grado de relación moderado entre el aprendizaje y la creación de una cultura empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017-2020.</p> | |
| <p>MÉTODO Y DISEÑO</p> | <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> | <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Método: Deductivo</p> <p>Diseño: No experimental transversal correlacional.</p> <p>Nivel: Correlacional</p> | <p>Población: Comprende un total de 347 graduados de la escuela Profesional de Administración de Empresas de los años 2017-2020 de la Universidad Nacional José María Arguedas.</p> <p>Muestra: Está conformada por 50 graduados de los años 2017 al 2020.</p> | <p>Técnicas: Encuesta y entrevista</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Tratamiento estadístico: Se utilizará medios electrónicos para el procesamiento de datos Programa estadístico informático SPSS y Excel.</p> |
|---|--|--|

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variables

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|---|--|---------------------------|
| VARIABLE I: MOTIVACIÓN | La motivación son los procesos que inciden en la energía, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo (Robbins y Coulter, 2014, p. 506). | La motivación es el estímulo interno o externo que recibe la persona para poder realizar una actividad en los graduados; se determinará mediante la identificación ordenada y sistemática de los procesos psicológicos y acciones que se dan dentro de la percepción, personalidad y el aprendizaje. | D1: Percepción. Es un proceso a través del cual damos significado a nuestro entorno, organizando e interpretando las impresiones sensoriales. La investigación en torno de la percepción demuestra, una y otra vez, que los individuos pueden ver un mismo objeto, pero cada uno lo percibirá de una manera distinta (Robbins y Coulter, 2014, p. 463). | Factores internos |
| | | | | Factores externos |
| | | | D2: Personalidad: Robbins y Coulter (2014) definen como la "Combinación única de patrones emocionales, conductuales y de pensamiento que afecta la manera de reaccionar de las personas ante ciertas situaciones o su interacción con sus semejantes" (p. 455). | Actitud |
| | | | | Comportamiento |
| | | | D3: Aprendizaje. Robbins y Coulter (2014), afirman que el aprendizaje es "Cualquier cambio relativamente permanente en el comportamiento que ocurra como resultado de la experiencia" (p. 466). | Conocimiento |
| | Habilidades | | | |
| VARIABLE II: EMPREDIMIENTO EMPRESARIAL | el emprendimiento empresarial en sus siglas en inglés entrepreneurship; es cuando un individuo o un grupo de personas toman la iniciativa, reúnen recursos y forman una organización para lograr lo buscado; actúan con autonomía tienen éxito o fracasan en el evento; en resumen, es la formación de empresas propias y son personas que deciden cambiar la trayectoria de su vida. El emprendedor tiene dos percepciones básicas para su desarrollo: la de conveniencia y la de factibilidad (Varela, 2010, p. 7). | El emprendimiento empresarial es la generación de un negocio a través de una idea que se va concretizando hasta el logro del funcionamiento y puesta en marcha de un negocio; se define operativamente a través de las dimensiones de gestión empresarial, espíritu emprendedor y la cultura empresarial. | D1: Gestión empresarial. Es un punto fundamental de toda la empresa, y si se realiza una buena gestión dentro de la organización crece, pero por otra parte se realiza una mala gestión la empresa decaerá (Mora et al., 2016, p.6). | Eficacia |
| | | | | Eficiencia |
| | | | D2: Espíritu empresarial. Es un sueño de reto, desarrollo e independencia que está inmerso en el fondo de todos los seres humanos, es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora (Varela, 2010, p. 4). | Habilidades empresariales |
| | | | | Creación de negocios |
| | | | D3: Cultura empresarial. Implica llevar conceptos de educación empresarial a todos los niveles del sistema educativo; pues solo así se lograrán los cambios culturales necesarios para el progreso de las personas, las empresas, los negocios y el país en general. Exige entonces una reconversión humana profunda; esta reconversión es el desarrollo de una cultura diferente, que sienta las bases para la construcción de una cultura empresarial, y ella se logra a través de un proceso educativo; el cual debe producirse en nuestras comunidades, entre otras (Varela, 2010, pp. 7-9). | Educación empresarial |
| | Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo | | | |

Anexo 3. Matriz de instrumento de recojo de datos

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Peso % | N° de Ítems | Ítems o Preguntas | E.V. |
|---------------------------|-------------------------------------|--|--------|-------------|--|---|
| Variable 1: Motivación | Dimensión 1: Percepción | 1.1. Factores internos 1.2. Factores externos | 16.67% | 4 | P1. Piensas que la experiencia de realizar una actividad te genera interés y diversión; y la razón para hacerla está en la actividad misma. | Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5) |
| | | | | | P2. Crees estar dispuesto a alcanzar la autorrealización y el desarrollo personal para conseguir tus metas y objetivos. | |
| | | | | | P3. Consideras que las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de progresar en la vida. | |
| | | | | | P4. Crees haber emprendido retos que te han dado satisfacciones personales importantes. | |
| | Dimensión 3: Personalidad | 2.1. Actitud 2.2. Afabilidad | 16.67% | 4 | P5. Cuando tienes un objetivo propuesto ¿eres perseverante para conseguirlo? | |
| | | | | | P6. Crees ser una persona capaz de adaptarse rápidamente a las diversas situaciones, para lograr una mejor convivencia y entendimiento con los demás. | |
| | | | | | P7. Al realizar tus actividades eres sociable, conversador, asertivo y estableces conversaciones de forma clara, sincera y efectiva. | |
| | | | | | P8. Consideras importante tener un objetivo claro en lo que se hace y hablas con entusiasmo sobre las metas a lograr. | |
| | Dimensión 3: Aprendizaje | 3.1. Conocimiento 3.2. Habilidades | 16.67% | 4 | P9. Consideras que la formación profesional que recibiste contribuye al desarrollo y fortalecimiento de la creatividad. | |
| | | | | | P10. Consideras que la formación profesional que recibiste contribuye a la toma de decisiones frente a tus necesidades de logro. | |
| | | | | | P11. Crees tener la habilidad y destreza para generar nuevas iniciativas cuando realizas trabajos en equipo. | |
| | | | | | P12. Consideras importante tener un objetivo claro en lo que se hace y nunca pierdes el interés por aquello que te interesa hacer a pesar de las dificultades. | |
| Variable 2: | Dimensión 1: Gestión empresarial | 1.1. Eficacia 1.2. Eficiencia | 16.67% | 4 | P13. Analizas la confianza de viabilidad a tu empeño y a las tareas que desarrollarás si creas tu propia empresa. | Nunca (1) Casi nunca (2) |

| | | | | | | |
|--|---|--|--------|---|--|--|
| Emprendimiento Empresarial | | | | | P14. Asumes nunca estar satisfecho con lo que has alcanzado y siempre quieres realizar más sin importar el riesgo. | A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5) |
| | | | | | P15. Desarrollas y gestionas proyectos demostrando eficiencia a pesar de que estas puedan ser complejas. | |
| | | | | | P16. Pondrías empeño y dedicación a las actividades si pones en marcha tu propia empresa. | |
| | Dimensión 2: Espíritu empresarial | 2.1. Habilidades empresariales 2.2. Creación de negocios | 16.67% | 4 | P17. Crees tener la capacidad de realización de tus ideas y proyectos generando soluciones a las necesidades y oportunidades detectadas. | |
| | | | | | P18. Estarías dispuesto a tomar riesgos para poner en marcha un proyecto de negocio. | |
| | | | | | P19. Realizas cosas nuevas que te hagan pensar en ideas para empezar un negocio. | |
| | | | | | P20. Has pensado poner en marcha tu proyecto y convertirlo en un negocio real en algún momento. | |
| | Dimensión 3: Cultura empresarial | 3.1. Educación empresarial 3.2. Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo | 16.67% | 4 | P21. Participas en proyectos empresariales buscando mejorar tu capacidad y habilidad para satisfacer tus metas personales. | |
| | | | | | P22. Percibes la falta de asesoría de personas especializadas que te orienten, para superar la inseguridad por la falta de preparación. | |
| | | | | | P23. Buscas programas de entrenamiento para el desarrollo del potencial del perfil del emprendedor. | |
| P24. Buscas apoyo de instituciones públicas o privadas que te permitan desarrollar y emprender tu idea de negocio. | | | | | | |

Anexo 4. Instrumento de recojo de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
Facultad de Ciencias de la Empresa
Escuela Profesional de Administración de Empresas



CUESTIONARIO

Estimado Graduado:

La presente encuesta es parte de una investigación que tiene por finalidad conocer como es la motivación para el emprendimiento empresarial en los graduados de la Escuela Profesional de Administración de Empresas - Universidad Nacional José María Arguedas, 2017-2020, la encuesta es totalmente confidencial y anónima, así lo agradeceremos ser los más sinceros posibles. Marque con una "X" la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

I. DATOS GENERALES:

1.1. Género:

- a) Femenino () Masculino ()

1.2. Edad:

- a) Entre 20 a 24 años
 b) Entre 25 a 29 años
 c) Entre 30 a 34 años
 d) Más de 35

1.3. Actualmente emprende un negocio

- a) Si
 b) No

Si la respuesta es "SI" especifique.....

Para evaluar las variables, marcar una "X" en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente, utilice la siguiente escala:

| | | | | |
|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |

| N° | ÍTEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| | Dimensión 1: Percepción | | | | | |
| 1 | Piensas que la experiencia de realizar una actividad te genera interés y diversión; y la razón para hacerla está en la actividad misma. | | | | | |
| 2 | Creas estar dispuesto a alcanzar la autorrealización y el desarrollo personal para conseguir tus metas y objetivos. | | | | | |
| 3 | consideras que las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de progresar en la vida. | | | | | |
| 4 | Creas haber emprendido retos que te han dado satisfacciones personales importantes | | | | | |
| | Dimensión 2: Personalidad | | | | | |
| 5 | Cuando tienes un objetivo propuesto ¿eres perseverante para conseguirlo? | | | | | |

| N° | ÍTEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 6 | Crees ser una persona capaz de adaptarse rápidamente a las diversas situaciones, para lograr una mejor convivencia y entendimiento con los demás. | | | | | |
| 7 | Al realizar tus actividades eres sociable, conversador, asertivo y estableces conversaciones de forma clara, sincera y efectiva. | | | | | |
| 8 | Consideras importante tener un objetivo claro en lo que se hace y hablas con entusiasmo sobre las metas a lograr. | | | | | |
| | Dimensión 3: Aprendizaje | | | | | |
| 9 | Consideras que la formación profesional que recibiste contribuye al desarrollo y fortalecimiento de la creatividad. | | | | | |
| 10 | Consideras que la formación profesional que recibiste contribuye a la toma de decisiones frente a tus necesidades de logro. | | | | | |
| 11 | Crees tener la habilidad y destreza para generar nuevas iniciativas cuando realizas trabajos en equipo. | | | | | |
| 12 | Consideras importante tener un objetivo claro en lo que se hace y nunca pierdes el interés por aquello que te interesa hacer a pesar de las dificultades. | | | | | |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------|-------------------|----------------|---------------------|----------------|
| NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |

| N° | ÍTEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| | Dimensión1: Gestión empresarial | | | | | |
| 13 | Analizas la confianza de viabilidad a tu empeño y a las tareas que desarrollarás si creas tu propia empresa. | | | | | |
| 14 | Asumes nunca estar satisfecho con lo que has alcanzado y siempre quieres realizar más sin importar el riesgo. | | | | | |
| 15 | Desarrollas y gestionas proyectos demostrando eficiencia a pesar de que estas puedan ser complejas. | | | | | |
| 16 | Pondrías empeño y dedicación a las tareas si pones en marcha tu propia empresa. | | | | | |
| | Dimensión 2: Espíritu empresarial | | | | | |
| 17 | Crees tener la capacidad de realización de tus ideas y proyectos generando soluciones a las necesidades y oportunidades detectadas. | | | | | |
| 18 | Estarías dispuesto a tomar riesgos para poner en marcha un proyecto de negocio. | | | | | |
| 19 | Realizas cosas nuevas que te hagan pensar en ideas para empezar un negocio. | | | | | |
| 20 | Has pensado poner en marcha tu proyecto y convertirlo en un negocio real en algún momento. | | | | | |
| | Dimensión 3: Cultura empresarial | | | | | |
| 21 | Participas en proyectos empresariales buscando mejorar tu capacidad y habilidad para satisfacer tus metas personales. | | | | | |
| 22 | Percibes la falta de asesoría de personas especializadas que te orienten, para superar la inseguridad por la falta de preparación. | | | | | |
| 23 | Buscas Programas de entrenamiento para el desarrollo del potencial del perfil del emprendedor. | | | | | |
| 24 | Buscas apoyo de instituciones públicas o privadas que te permitan desarrollar y emprender tu idea de negocio. | | | | | |

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 5. Ficha de validación por criterio de jueces o experto

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I.-GENERALIDADES (Datos del Experto):

Nombres: ...Simón José.....

Apellidos: ...Cama Flores.....

Grado Académico: ...Magister en Administración.....

Fecha: ...04.../...02.../...2022

II.-OBSERVACIONES:

FORMA (Referido a cumplimiento de normas y reglas de redacción)

.....Revisar las conexiones entre palabras.....

.....

.....

ESTRUCTURA (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

.....No separar el instrumento o cuestionario.....

.....De igual modo no separar las Matrices.....

CONTENIDO (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

.....

.....

.....

III.-VALIDACIÓN:

Luego de observado el instrumento **Procede** **no Procede** para su aplicación

.....

.....


UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSE MARIA ARGUEDAS
Mg. Simón José Cama Flores
DOCENTE

.....

Sello y Firma del Evaluador

DNI: ...24461156.....

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

MOTIVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS GRADUADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS, 2017-2020

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: John Peter Aguirre Landa

Grado Académico: Doctor en Administración

Fecha: 01/02/2022

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

Mejorar la redacción de los ítems, usar lenguaje sencillo y entendible para los encuestados

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

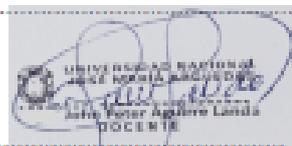
Ninguna

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

Revisar la representatividad de la muestra

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluar el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.


Seillo y Firma del Evaluador
DNI: 10002395

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES (Datos del Experto)

Nombres y Apellidos: Posa Naldia Ascue Ruiz

Grado Académico: Mag. en Gestión Pública

Fecha: 1/1/1

II. OBSERVACIONES:

FORMA (Referido a cumplimiento de normas y reglas de redacción)

Mejore su redacción y los términos sean claros y precisos.

ESTRUCTURA (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

Busque más autores para considerar los indicadores

CONTENIDO (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

los reactivos presentados considere solo 1 tema no combine con otros

III. VALIDACIÓN:

Luego de observado el instrumento Procede no Procede para su aplicación

de acuerdo las observaciones



Mag. Ascue Ruiz

Sello y Firma del Evaluador

DNI: 44346273

Escaneado con CamScanner

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: Efraín Rodas Guizado

Grado Académico: Maestro en Estadística e Investigación

Fecha: 31/01/2022

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

.....Ninguna.....

.....

.....

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

.....Mejorar.....

.....

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

.....Ninguna.....

.....

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento Procede No Procede para su aplicación.

.....

.....



Sello y Firma del Evaluador
DNI:42250741

Anexo 6. Fotografías de la investigación





Anexo 7. Base de datos del cuestionario en el programa Excel

| N° de Encuestado | VARIABLES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-----------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------|---------------------|-------------------|----------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|----------|----|----|----|----|
| | Var 1: MOTIVACIÓN | | | | | | | | | | | | Var 2: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL | | | | | | | | | | | | TOTALES | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | V1 d1: Percepción | V1 d2: Personalidad | V1d3: Aprendizaje | Total V1 | V2 d1: Gestión empresarial | V2d2: Espíritu empresarial | V2d3: Cultura empresarial | Total V2 | | | | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 1 | 16 | 15 | 10 | 41 | 15 | 17 | 12 | 44 | |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 17 | 20 | 18 | 55 | 19 | 19 | 8 | 46 | |
| 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 18 | 16 | 50 | 16 | 20 | 9 | 45 | | |
| 4 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 20 | 19 | 55 | 16 | 16 | 10 | 42 | |
| 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 20 | 20 | 60 | 20 | 20 | 15 | 55 | | |
| 6 | 1 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 18 | 18 | 20 | 56 | 20 | 20 | 4 | 44 | | |
| 7 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 13 | 15 | 13 | 41 | 12 | 12 | 9 | 33 | | |
| 8 | 2 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 18 | 20 | 18 | 56 | 17 | 20 | 9 | 46 | | |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 15 | 18 | 14 | 47 | 15 | 16 | 12 | 43 | |
| 10 | 2 | 2 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 20 | 19 | 57 | 19 | 18 | 13 | 50 | | |
| 11 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 16 | 14 | 14 | 44 | 16 | 16 | 10 | 42 | |
| 12 | 1 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 | 18 | 18 | 54 | 17 | 17 | 12 | 46 | | |
| 13 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 14 | 16 | 15 | 45 | 14 | 15 | 13 | 42 | |
| 14 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 16 | 17 | 18 | 51 | 16 | 16 | 11 | 43 |
| 15 | 2 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 18 | 19 | 18 | 55 | 18 | 19 | 12 | 49 | | | |
| 16 | 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 17 | 20 | 17 | 54 | 18 | 19 | 3 | 40 | | | |
| 17 | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 19 | 15 | 50 | 16 | 15 | 9 | 40 | | |
| 18 | 1 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 18 | 20 | 18 | 56 | 12 | 16 | 4 | 32 | |
| 19 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 15 | 15 | 15 | 45 | 16 | 16 | 7 | 39 | | |
| 20 | 1 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 3 | 5 | 3 | 14 | 17 | 19 | 50 | 17 | 15 | 11 | 43 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 21 | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 19 | 17 | 19 | 55 | 15 | 19 | 13 | 47 |
| 22 | 1 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 15 | 20 | 19 | 54 | 17 | 13 | 11 | 41 | |
| 23 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 17 | 16 | 17 | 50 | 18 | 15 | 14 | 47 | |
| 24 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 16 | 19 | 18 | 53 | 17 | 8 | 4 | 29 |
| 25 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 17 | 19 | 15 | 51 | 18 | 18 | 11 | 47 | |
| 26 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 16 | 19 | 17 | 52 | 19 | 16 | 12 | 47 | |
| 27 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 14 | 16 | 16 | 46 | 14 | 19 | 12 | 45 | |
| 28 | 1 | 2 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 18 | 18 | 54 | 14 | 16 | 9 | 39 | |
| 29 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 1 | 14 | 17 | 15 | 46 | 18 | 20 | 10 | 48 | |
| 30 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 | 20 | 18 | 56 | 16 | 20 | 11 | 47 | |
| 31 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 13 | 16 | 14 | 43 | 15 | 17 | 10 | 42 | |
| 32 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 17 | 17 | 16 | 50 | 17 | 19 | 11 | 47 | |
| 33 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 16 | 20 | 20 | 56 | 20 | 20 | 15 | 55 | |
| 34 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 | 18 | 17 | 52 | 15 | 16 | 10 | 41 | |
| 35 | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 18 | 16 | 16 | 50 | 16 | 16 | 8 | 40 | |
| 36 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 16 | 16 | 19 | 51 | 17 | 14 | 9 | 40 | | |
| 37 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 18 | 19 | 20 | 57 | 18 | 19 | 14 | 51 | |
| 38 | 2 | 2 | 1 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 16 | 20 | 20 | 56 | 20 | 20 | 12 | 52 | |
| 39 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 14 | 17 | 18 | 49 | 18 | 16 | 7 | 41 | |
| 40 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 11 | 12 | 10 | 33 | 10 | 13 | 10 | 33 | |
| 41 | 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 5 | 1 | 17 | 19 | 12 | 48 | 20 | 20 | 10 | 50 |
| 42 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 1 | 5 | 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 12 | 8 | 14 | 34 | 13 | 12 | 6 | 31 | |
| 43 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 16 | 15 | 19 | 50 | 18 | 17 | 14 | 49 | |
| 44 | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 16 | 16 | 16 | 48 | 17 | 16 | 15 | 48 | |
| 45 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 14 | 14 | 15 | 43 | 15 | 15 | 13 | 43 |
| 46 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 13 | 15 | 11 | 39 | 15 | 16 | 10 | 41 | |
| 47 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 16 | 20 | 18 | 54 | 16 | 17 | 11 | 44 | |
| 48 | 1 | 2 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 17 | 19 | 20 | 56 | 18 | 20 | 12 | 50 | |
| 49 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 17 | 16 | 49 | 16 | 15 | 9 | 40 | |
| 50 | 2 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 16 | 17 | 18 | 51 | 17 | 18 | 11 | 46 | |

NOMBRE DEL TRABAJO

Para empastado Lisvinia-01.05.2023.pdf

AUTOR

Lisvinia - 05.05.2023 - FRVD Huamán Pichihua

RECUENTO DE PALABRAS

36919 Words

RECUENTO DE CARACTERES

204326 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

164 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.1MB

FECHA DE ENTREGA

May 1, 2023 10:46 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 1, 2023 10:48 AM GMT-5

● 29% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 26% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)




Lisvinia Huamán Pichihua
70423636