



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

TESIS

ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ALUMNOS
DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ, VILLA EL SALVADOR – 2021

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA

CATHERINE ANTONELLA ORTIZ LÓPEZ
ORCID: 0000-0001-6157-1067

ASESOR

MAG. MARIO EDGART CHURA ALEGRE
ORCID: 0000-0002-5222-444X

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA, PERÚ, OCTUBRE DE 2022



CC BY-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Ortiz López, C. A. (2022). *Espíritu emprendedor y creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador – 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Catherine Antonella Ortiz López
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	76467586
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-6157-1067
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Mario Edgart Chura Alegre
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43486931
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5222-444X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Graciela Margot Vejarano García
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	17936741
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Pablo Enrique Cabral Byrne
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10280491
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40612463
Datos de investigación	
Título de la investigación	Espíritu emprendedor y creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador – 2021
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Administración de operaciones
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Lima, el Jurado de Sustentación de Tesis conformado por: MAG. GRACIELA MARGOT VEJARANO GARCÍA quien lo preside y los miembros del Jurado MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL BYRNE y DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**ESPIRITU EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ALUMNOS
DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ, VILLA EL SALVADOR – 2021**

Presentado por la bachiller:

- 1) ORTIZ LÓPEZ, CATHERINE ANTONELLA

Para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

APROBAR POR UNANIMIDAD

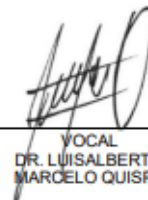
En fe de lo cual firman los miembros del jurado, 19 de octubre del 2022



PRESIDENTE
MAG. GRACIELA MARGOT
VEJARANO GARCÍA



SECRETARIO
MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL
BYRNE



VOCAL
DR. LUISALBERTO
MARCELO QUISPE

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo MARIO EDGART CHURA ALEGRE docente de la Facultad de CIENCIAS DE GESTIÓN y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor (a) de la tesis titulado(a)

"ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ, VILLA EL SALVADOR – 2021"

del (de la, los) estudiante(s) CATHERINE ANTONELLA ORTIZ LÓPEZ constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin que se adjunta. (Ver reporte de Turnitin adjunto) El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 24 de noviembre de 2022



(Firma)

MAG. MARIO EDGART CHURA ALEGRE

DNI: 43486931



DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi madre, quien ha sido la motivación para el esfuerzo y compromiso que he puesto en el desarrollo del trabajo de tesis y también a Dios que me dio la fuerza necesaria para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mis asesores, el Mag. Mario Edgart Chura Alegre y al Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe, por sus constantes orientaciones y consejos. A mi familia por su comprensión y soporte en los momentos más difíciles. De igual manera mis queridos amigos Oscar Manuel Alvarado Echevarría y Edward Cristhoper Balbuena Raa, por su constante motivación y apoyo en el desarrollo del presente trabajo. Sin duda alguna, agradezco mucho a la Universidad Autónoma del Perú, no solo por brindarme las herramientas necesarias para mi desarrollo profesional sino también por la comodidad brindada para el desarrollo de la recolección de datos en la muestra pertinente dentro de la institución. Finalmente, agradezco a todas las personas que me brindaron su apoyo y estuvieron involucrados en el éxito de la investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Realidad problemática.....	15
1.2 Justificación e importancia de la investigación.....	20
1.3 Objetivos de la investigación: general y específico.....	21
1.4 Limitaciones de la investigación.....	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de estudios	25
2.2 Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado	33
2.3 Definición conceptual de la terminología empleada	74
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo y diseño de investigación	79
3.2 Población y muestra	81
3.3 Hipótesis	83
3.4 Variables – Operacionalización	83
3.5 Métodos y técnicas de investigación	86
3.6 Descripción de los instrumentos utilizados	87
3.7 Análisis estadístico e interpretación de los datos	90
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
4.1 Validación del instrumento	92
4.1.1 Análisis de fiabilidad	93
4.2 Resultados descriptivos de las variables	95
4.3 Resultados descriptivos de las dimensiones	97
4.4 Resultados descriptivos de las variables relacionadas	104
4.5 Prueba de la normalidad para la variable de estudio	106
4.6 Procedimientos correlacionales	107
CAPÍTULO V. DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Discusiones	114

5.2	Conclusiones	119
5.3	Recomendaciones	123

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1 Dimensiones e indicadores del espíritu emprendedor.
- Tabla 2 Valores del espíritu emprendedor.
- Tabla 3 Operacionalización de la variable espíritu emprendedor
- Tabla 4 Operacionalización de la variable creación de empresas
- Tabla 5 Resultados de la validación del cuestionario de espíritu emprendedor
- Tabla 6 Resultados de la validación del cuestionario de creación de empresas.
- Tabla 7 Análisis de fiabilidad del instrumento de espíritu emprendedor.
- Tabla 8 Resultados de fiabilidad de las dimensiones de espíritu emprendedor.
- Tabla 9 Análisis de fiabilidad del instrumento de creación de empresas.
- Tabla 10 Resultados de fiabilidad de las dimensiones de creación de empresas.
- Tabla 11 Análisis descriptivo de la variable espíritu emprendedor.
- Tabla 12 Análisis descriptivo de la variable creación de empresas.
- Tabla 13 Análisis descriptivo de la dimensión competencias de gestión empresarial.
- Tabla 14 Análisis descriptivo de la dimensión competencias sociales.
- Tabla 15 Análisis descriptivo de la dimensión competencias personales.
- Tabla 16 Análisis descriptivo de la dimensión cualidades empresariales.
- Tabla 17 Análisis descriptivo de la dimensión fase previa.
- Tabla 18 Análisis descriptivo de la dimensión fase de deseo.
- Tabla 19 Análisis descriptivo de la dimensión fase de acción.
- Tabla 20 Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas.
- Tabla 21 Resultado de la prueba de normalidad de las variables espíritu emprendedor y la creación de empresas.
- Tabla 22 Resultado de correlación entre espíritu emprendedor y creación de empresas.
- Tabla 23 Resultado de correlación entre competencias de gestión empresarial y creación de empresas.
- Tabla 24 Resultado de correlación entre competencias sociales y creación de empresas.
- Tabla 25 Resultado de correlación entre competencias personales y creación de empresas.

Tabla 26 Resultado de correlación entre cualidades empresariales y creación de empresas.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Teoría del evento empresarial.
- Figura 2 Modelo de la conducta empresarial.
- Figura 3 Teoría del comportamiento planificado.
- Figura 4 Modelo de la creación de empresas.
- Figura 5 Análisis descriptivo de la variable espíritu emprendedor.
- Figura 6 Análisis descriptivo de la variable creación de empresas.
- Figura 7 Análisis descriptivo de la dimensión competencias de gestión empresarial.
- Figura 8 Análisis descriptivo de la dimensión competencias sociales.
- Figura 9 Análisis descriptivo de la dimensión competencias personales.
- Figura 10 Análisis descriptivo de la dimensión cualidades empresariales.
- Figura 11 Análisis descriptivo de la dimensión fase previa.
- Figura 12 Análisis descriptivo de la dimensión fase de deseo.
- Figura 13 Análisis descriptivo de la dimensión fase de acción.
- Figura 14 Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas.
- Figura 15 Diagrama de dispersión del espíritu emprendedor y la creación de empresas.

**ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ALUMNOS
DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2021**

CATHERINE ANTONELLA ORTIZ LÓPEZ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo evidenciar la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú en Villa El Salvador – 2021. Esta investigación es de tipo básica, nivel correlacional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 77 estudiantes. El instrumento usado estuvo compuesto por 33 ítems para la variable espíritu emprendedor y 30 ítems para la variable creación de empresas, estos instrumentos han sido autenticados por expertos temáticos, metodológicos y estadísticos internos. Ambos instrumentos demostraron su confiabilidad mediante un resultado estadístico alfa de Cronbach de 0.922 para el cuestionario de espíritu emprendedor y 0.915 para el cuestionario de creación de empresas. En las pruebas inferenciales se obtuvo como resultado un coeficiente de correlación R de Pearson de 0.584 con un nivel de significancia de 0.000, llegando a la conclusión que existe una correlación moderada entre las variables de estudio. Se propuso a las autoridades de la escuela profesional, elaborar un programa para el espíritu emprendedor, donde se fomente la cultura emprendedora entre los alumnos desarrollando las habilidades y cualidades para un alto nivel de espíritu emprendedor.

Palabras clave: espíritu emprendedor, iniciativa, competencias, habilidades.

**ENTREPRENEURIAL SPIRIT AND CREATION OF BUSINESSES IN THE
STUDENTS OF THE PROFESSIONAL SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION OF THE UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ, VILLA EL
SALVADOR - 2021**

CATHERINE ANTONELLA ORTIZ LÓPEZ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The objective of the research was to demonstrate the relationship between the entrepreneurial spirit and the creation of companies in the students of the Professional School of Business Administration of the Autonomous University of Peru in Villa El Salvador - 2021. This research is of a basic type, correlational level, quantitative approach and non-experimental cross-sectional design. The sample consisted of 77 students. The instrument used was made up of 33 items for the entrepreneurial spirit variable and 30 items for the business creation variable. These instruments have been authenticated by internal thematic, methodological and statistical experts. Both instruments demonstrated their reliability through a Cronbach's alpha statistical result of 0.922 for the entrepreneurial spirit questionnaire and 0.915 for the business creation questionnaire. In the inferential tests, a Pearson's R correlation coefficient of 0.584 with a significance level of 0.000 was obtained, concluding that there is a moderate correlation between the study variables. It is proposed to the authorities of the professional school, to develop a program for the entrepreneurial spirit, where the entrepreneurial culture is promoted among the students, developing the skills and qualities for a high level of entrepreneurial spirit.

Keywords: entrepreneurial spirit, initiative, skills, abilities.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se desarrolló las variables espíritu emprendedor y creación de empresas, las cuales ganaron importancia debido a su involucramiento en el desarrollo socioeconómico de las sociedades. La relación de estas variables recae en que los altos niveles de espíritu emprendedor en una persona permiten una mayor orientación hacia la creación de empresas. Por lo dicho anteriormente, se planteó la tesis titulada *Espíritu emprendedor y creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021*, pues se observó como problemática el bajo impulso hacia el desarrollo del espíritu emprendedor y como esto impacta de manera negativa en la orientación a crear emprendimientos o empresas. Se observó, como problema, que existe un bajo estímulo hacia las competencias personales y sociales en los alumnos, disminuyendo las posibilidades de que estos creen emprendimientos o empresas, aunque también se pudo ver el bajo desarrollo de factores que llevarían a alcanzar el objetivo final del proceso para tomar la decisión de emprender o crear una empresa.

Es preciso resaltar que se analizaron a los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú puesto que en esta carrera tiene implicancia con ambas variables estudiadas. Se esperó obtener la información necesaria para potenciar las características del espíritu emprendedor que se consideran importantes en su relación con las fases para la creación de empresas, dando así paso a que se ponga mayor atención a estas variables por parte de universidad y se ejecute un mejor desarrollo de estas.

En este contexto, la investigación estableció como problema general ¿Cuál es la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos

de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021? Asimismo, se planteó como objetivo general el evidenciar la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Además, se formuló una hipótesis general expuesta como la existencia de la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador 2021.

Es así como, de acuerdo con la investigación, se encontró que existe una relación positiva moderada entre las variables espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Cabe resaltar que, para el éxito de este trabajo de investigación, se siguió un orden para su desarrollo, dividiéndose en cinco capítulos.

En el capítulo I se expuso el análisis de la realidad problemática cuyo análisis permitió formular los problemas de investigación, los objetivos de investigación, la justificación e importancia del trabajo, culminando con las principales limitaciones que se presentaron en el desarrollo del estudio.

En el capítulo II se revisaron los antecedentes internacionales como nacionales, asimismo, se desarrollaron las bases teóricas científicas de las variables y algunas definiciones conceptuales de suma importancia que explican las variables.

En el capítulo III se explicó el enfoque metodológico que comprende el tipo, diseño, enfoque y nivel de investigación, asimismo, se identificó a la población y muestra del estudio, la hipótesis de investigación, las variables como sus procesos

de operacionalización, las técnicas e instrumentos de medición y los procesos estadísticos a realizar en el estudio.

En el capítulo IV se analizaron los resultados obtenidos que comprende el análisis de validación y confiabilidad de los cuestionarios, asimismo, se desarrollaron los análisis descriptivos de las variables y dimensiones, las tablas cruzadas descriptivas, la prueba de normalidad para culminar con las respectivas pruebas de hipótesis.

Finalmente, en el capítulo final, el capítulo V, se discutieron los resultados con los antecedentes identificados en el estudio, se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones a las que llegó la investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

El espíritu emprendedor es la actitud que se forma a través del desarrollo de un conjunto de cualidades y habilidades que permiten el crecimiento de una persona y lo llevan al alcance de objetivos planteados. Al desarrollar niveles altos de espíritu emprendedor, se tendrán impactos positivos en la decisión de crear emprendimientos o empresas, pues la creación de nuevas empresas es un objetivo muy atractivo de alcanzar y a su vez, es un elemento de mucha relevancia para el desarrollo económico de las sociedades.

Desde ya hace unos años el tema del emprendimiento ha sido de gran interés para distintos expertos que buscan comprender cada aspecto de este nuevo concepto debido a que con el tiempo se ha visto el nacimiento y crecimiento de una gran cantidad de emprendedores y sus respectivos emprendimientos o negocios. Alrededor del mundo existen muchas personas que día a día buscan salir adelante por cuenta propia, lo cual da paso al crecimiento constante del emprendimiento.

Para ahondar un poco más en el desarrollo del emprendimiento, veámoslo en un contexto global, la Global Entrepreneurship Monitor (2021) una de las asociaciones más importantes en cuanto al estudio del emprendimiento y sus factores en el mundo se refiere, en su último informe global realizado a cerca de 140 000 personas de entre 18 a 64 años de edad de las 46 economías que colaboran con esta asociación, mostró una comparación entre los años 2019 y 2020 con respecto al índice de actividad emprendedora temprana o TEA por siglas en inglés. Se pudo observar que hubo una diferencia en cuanto a la actividad empresarial en muchos países del mundo, en principal se puede ver que muchos de estos países han mantenido o reducido el nivel de actividad empresarial en fase inicial entre el año 2019 y el año 2020. Se ve que la mayoría de los países sufrieron enormes caídas o mantuvieron sus niveles de TEA

entre estos años, esto debido a la influencia que tuvo la COVID-19 en las sociedades, y además muchos de los encuestados manifestaron la existencia de diversos factores que impiden su desarrollo empresarial, ya sean factores personales o sociales.

Cabe destacar, ya a nivel de América Latina, que se vio que esta zona se encuentra entre las regiones que tuvieron mayor crecimiento de TEA en 2020 que en 2019, junto con El Caribe, Oriente medio y África, quienes lograron subir en más de una cuarta parte sus niveles de TEA y en donde, según este mismo informe, Bosma et. al. (2021) menciona que: “Se puede sugerir que muchas personas pueden haber recurrido a iniciar un negocio para intentar generar ingresos, especialmente en las economías de bajos ingresos” (p. 43). Un reporte publicado por la Organización de las Naciones Unidas (2021) indica que, según la Organización Internacional del Trabajo, en América Latina y el Caribe, la población joven entre 15 a 24 años presenta un 23.8% de desempleo en el primer trimestre del 2021, lo cual sugiere que muchos de estos buscan la manera de salir adelante en el tema laboral, evidenciando cierta actitud positiva ligada a la posible orientación a la creación de nuevos negocios.

En el Perú, por ejemplo, se ha destacado en el fenómeno del emprendimiento, debido a que es bien conocido que los habitantes del país poseen un fuerte espíritu emprendedor con el cual se arman de valor para salir adelante frente a cualquier crisis. Esto se ve referido en el informe que realizó Ipsos Global (2020) en el cual se reflejan los resultados de una encuesta que se aplicó de forma online a aproximadamente 20 505 personas en 28 diferentes países para conocer su visión frente al emprendimiento. El Perú se ubica en el tercer puesto entre los 10 primeros países con mayor espíritu emprendedor, en su mismo informe, Bosma et. al. (2021) afirman que un 59% de peruanos ha creado un negocio en el pasado y que otro 34% de ellos no ha creado ninguno pero que considera la posibilidad de hacerlo en un

futuro no muy lejano. De la mano con estos datos, El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020), informó que, para junio del 2020, el 28% de la población del país estaba conformada por jóvenes de entre 15 a 29 años, de los cuales más de la mitad de este porcentaje, el 62.2% son parte de la PEA (Población económicamente activa), dejándose entrever la gran motivación de los jóvenes en su deseo por alcanzar el éxito profesional.

Dentro del contexto local, la investigación se desarrolla en la Universidad Autónoma del Perú, dedicada a la educación y formación de profesionales, situada en el distrito de Villa El Salvador, donde muy a pesar del constante interés en los temas de emprendimiento, se ha visto que son muy pocos los alumnos que se adentran en el mundo del emprendimiento o las empresas propias, pues a lo largo de la carrera universitaria, no se ha visto a muchos de ellos interesados en plantearse la creación de una empresa o emprendimiento como objetivo a largo plazo. A pesar de contar con un área dedicada netamente a la orientación de los alumnos en temas de emprendimiento o empresas llamada *Innova*, son muy pocos los alumnos, en principal los alumnos de Administración de Empresas, que conocen o se involucran en esta área o en este tipo de temas, no suelen presentar buenos niveles de espíritu emprendedor que desarrollen conductas o actitudes decisivas para la creación de un negocio o empresa. Se ha visto que este tipo de comportamiento no se promueven dentro del centro de estudios, pues los alumnos comentan no haber recibido información acerca del área de emprendimiento o algún tipo de orientación en temas del desarrollo de las cualidades o habilidades que forman parte del espíritu emprendedor.

Respecto a las competencias de gestión empresarial, se presentan deficiencias en la forma en que la universidad incentiva el desarrollo de habilidades

como la toma de decisiones o la comunicación, puesto que muchos alumnos tienen deficiencias al querer ponerlos en práctica ya sea en temas laborales como personales.

En cuanto a las competencias sociales, la universidad presenta problemas en las estrategias que usa para el desarrollo de las relaciones sociales y su involucramiento con el entorno de los alumnos presentan inconvenientes al momento de adaptarse a nuevos entornos y crear lazos con nuevas personas

Respecto al tema de las competencias personales se ve como la universidad no presta suficiente atención en el desarrollo de habilidades como la autorrealización o el pensamiento crítico en los alumnos ya que muchos de ellos tienden a estar desanimados durante el desarrollo de las actividades de estudio, viéndose como la forma de orientación hacia el desarrollo de estas habilidades no se está llevando de manera adecuada, dejando a medias el progreso de la estimulación de los alumnos en la realización de diferentes actividades.

Respecto a las cualidades empresariales, no se promueven mucho los momentos en los cuales la universidad ayude a los alumnos a desarrollar su creatividad o innovación, pues muchos alumnos presentan dificultades al momento de intentar poner en acción alguna actividad que implique la intervención de estas habilidades y se ve la poca constancia en el desarrollo de este tipo de cualidades en la enseñanza que se presenta.

En cuanto a la fase previa para la creación de empresas, en la universidad se ha observado que los alumnos no han recibido experiencias que relacionen su formación con el futuro empresarial que podrían, son escasos los eventos empresariales, casos de la vida cotidiana y laboral relacionados al tema de crear una empresa.

Para la fase de deseo, se denota que en la universidad autónoma del Perú no se desarrolla una buena cultura emprendedora o empresarial para los alumnos puesto que muchos de ellos presentan deficiencias en cuanto a las habilidades o cualidades que puedan tener, también se ve que en la universidad no se presentan acciones que refuercen la motivación de los alumnos para crear empresas pues no se toman en cuenta muchos factores claves para esta etapa fundamental del proceso de creación de empresas.

Para la etapa de acción, la universidad no presenta estrategias factibles para que el alumno encuentre los medios necesarios para la creación de empresas, pues muchos de ellos consideran que los recursos son muy difíciles de conseguir o desarrollar a pesar de que son una parte muy importante del proceso de creación de empresas.

Esta investigación se desarrolla con el fin de conocer la relación que existe entre el espíritu emprendedor y la orientación a la creación de empresas en los alumnos de la Universidad Autónoma del Perú. En donde, por experiencias propias, se vio que existen muchos factores que forman la actitud o comportamiento de los alumnos hacia el alcance de objetivos relacionados al tema del emprendimiento y que también se consideran diferentes elementos dentro del proceso para decidir crear un emprendimiento o empresa.

Problema general

¿Cuál es la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?

Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre las competencias de gestión empresarial y la

creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?

¿Cuál es la relación entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?

¿Cuál es la relación entre las competencias personales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?

¿Cuál es la relación entre las cualidades empresariales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

La importancia de esta investigación radica en los conocimientos que se obtendrán del estudio de las variables escogidas, el espíritu emprendedor y la creación de empresas son temas muy poco estudiados en Latino América y Perú específicamente, por lo que se aplica el estudio de la relación de estas variables en una población nacional para de esa manera conocer el comportamiento de las mismas, utilizando instrumentos de medición propios que ayuden a conseguir una visión más amplia de las variables en los alumnos y de igual manera brindar a la institución los datos necesarios para mejorar los programas académicos en función de reforzar el emprendimiento en sus alumnos.

Justificación teórica, este trabajo de investigación proporciona los datos más relevantes en relación con las variables espíritu emprendedor y la creación de empresas. Estas variables son estudiadas con la finalidad de conocer cuál es su relación y cómo funcionan en el ámbito universitario puesto que se busca conocer su

comportamiento en los alumnos universitarios de la escuela más ligada al tema del emprendimiento, la Escuela Profesional de Administración de Empresas. Los resultados y en si toda la investigación será relevante para futuras investigaciones ya que al momento hay muy pocas sobre las implicancias de las variables escogidas. Se consideró a Salinas et al. (2013) como base para la teoría de la variable espíritu emprendedor y a Shapero y Sokol (1982) para la variable creación de empresas.

Justificación práctica, en este estudio se recolectaron los resultados que permitieron analizar la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Universidad Autónoma del Perú, en donde se conoció el nivel de relación que existe entre estas dos variables y sus dimensiones en los alumnos universitarios y con esto se pudo conocer más acerca de este tema y buscar potenciarlo para explotarlo al máximo.

Justificación metodológica, para la investigación se aplicaron instrumentos de recolección de datos para cada variable, en este caso fueron cuestionarios aplicados de manera online a los alumnos, cuyas respuestas fueron analizadas con ayuda del programa Statistical Package for Social Science 25 del que luego se obtuvieron los resultados necesarios con buenos criterios de validez y confiabilidad para la veracidad del desarrollo del presente trabajo.

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Evidenciar la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Objetivos específicos

Evidenciar la relación entre las competencias de gestión empresarial y la

creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Evidenciar la relación entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Evidenciar la relación entre las competencias personales y la creación de emprendimientos en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Evidenciar la relación entre las cualidades empresariales y la creación de emprendimientos en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

1.4. Limitaciones de la investigación

Limitaciones bibliográficas

Respecto a las limitaciones bibliográficas, existió el inconveniente de no encontrar muchos libros o investigaciones dentro de los recientes 5 años ya que hay pocos trabajos que investigaron las variables que se está utilizando en el presente trabajo. Para superar esta limitación se realizó una búsqueda exhaustiva en diferentes repositorios institucionales y bases de datos, en las cuales, a pesar de la escasez de trabajos de investigación y libros que estudian las variables, se utilizaron los más recientes que se pudieron hallar, sin importar el idioma, para poder tener la suficiente información para usar como referencias para el desarrollo de la investigación, ayudada de páginas o sistemas que pudieran brindar una traducción correcta de algunos documentos, se logró conseguir los datos necesarios.

Limitación teórica

En cuanto a las limitaciones teóricas, se tuvieron algunos problemas ya que a

pesar de que las variables utilizadas han sido estudiadas a lo largo del tiempo, hay muy pocos trabajos que las relaciones directamente ya sean nacionales o internacional, fue muy complicado encontrar investigación que relacionan ambas variables y a su vez estuvieran orientadas al mismo rubro que el presente trabajo. Para superar esta limitación se optó por utilizar trabajos que hablaran de la misma rama que las variables utilizadas, con objetivos similares y que tuvieran información relevante para el desarrollo de este trabajo de tesis.

Limitación institucional

Debido a la situación actual del país, hubo algunas limitaciones institucionales, ya que a pesar de que a universidad cuenta con acceso a diferentes fuentes de información que se pudieron usar para recaudar información, hacía falta la orientación más cercana con el docente para dar retroalimentaciones sobre los avances del trabajo y cómo organizar toda la información. Sin embargo, esta limitación se pudo superar gracias a los medios tecnológicos que sirvieron de ayuda para dar una cercanía docente y universitario y de esa manera orientar correctamente la investigación.

Limitación temporal

La restricción en cuanto al tiempo afectó bastante la investigación ya que al momento del desarrollo del trabajo de tesis la autora se encontraba trabajando, por lo que los horarios eran bastante ajustados. Se superó esta limitación al establecer un cronograma en el cual se especificaron los días y temas que se debían avanzar con el fin de seguirlo y poder culminar a tiempo con la investigación.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Antecedentes internacionales

Ubierna (2014) en su tesis *La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño*, realizada con el objetivo principal con el fin de conocer la intención emprendedora en los alumnos del grado de diseño en la UNED y a su vez conocer los perfiles específicos de los alumnos de estos grados y su voluntad hacia la creación de empresas. Este estudio considera una muestra de 521 alumnos. En los cuales se utilizó una metodología con nivel correlacional y enfoque cuantitativo. La conclusión principal en el trabajo de investigación fue que la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño fue sobresaliente, pues se demostró que un 62% en los alumnos encuestados presentaban altos niveles, también se pudo obtener un KMO mayor a 0.5 en referencia a la correlación entre las variables intención emprendedora con el modelo de Ajzen para la creación de empresas. Uno de los aportes que nos brinda este trabajo fue el de orientar el estudio a una muestra diferente que otros estudios realizados en España. Este autor menciona que en España se han centrado en orientar el estudio del espíritu emprendedor a personas con empresas ya formadas o estudiantes universitarios de las ramas netamente empresariales, por lo que se quería demostrar que una escuela diferente como la de diseño también posee una fuerte intención emprendedora, también deja un aporte teórico al desarrollar el estudio con uno de las teorías más conocidos para el tema de creación de empresas como la teoría del comportamiento planificado de Ajzen.

Ortiz y Santacruz (2016) en su tesis titulada *Análisis de los factores claves de éxito para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades del distrito metropolitano de Quito y Cantón Rumiñahui por facultades*, realizada con el objetivo

de poder determinar los agentes claves de éxito en los programas que fomentan el espíritu emprendedor en las distintas universidades del distrito metropolitano de Quito y del cantón Rumiñahui. Se utilizó una metodología con diseño no experimental, con nivel descriptivo y correlacional, que como bien indican los autores, les brindó mayor credibilidad en cuanto a la obtención de la información. Además, la muestra para esta investigación fue de un total de 1 542 alumnos matriculados en las diferentes escuelas de las universidades del distrito metropolitano de Quito y el cantón Rumiñahui. En este trabajo de investigación se establece como conclusión final que el espíritu emprendedor en los alumnos universitarios de la localidad estudiada fueron de niveles altos, sin embargo, al analizar los factores de la actitud hacia el emprendimiento, se notó el bajo nivel de apoyo por parte de las universidades no permite un crecimiento correcto de los elementos claves de éxito, por lo que limita un buen espíritu emprendedor, siendo este el motivo por el cual los emprendimientos en Ecuador tienen un ciclo de vida corto o no llegan a realizarse. Se obtiene también que la correlación entre las variables de estudio fue positiva al obtener un KMO de 0.926 y un nivel de significancia de 0.000 rechazando la hipótesis nula. El aporte de esta tesis presenta un enfoque bastante interesante al investigar cuáles son los componentes que influyen en el espíritu emprendedor y la intención de crear empresas de los alumnos universitarios en diferentes facultades, es decir, como en el anterior antecedente, nos presenta un caso diferente de los estudios realizados anteriormente con respecto a estos temas dentro de Ecuador. Centrarse en aspectos sociales o psicológicos permite entender cuáles son los principales aspectos con los que se relaciona la intención de emprender en la muestra estudiada.

Carrillo (2017) en su tesis *Actitudes de los estudiantes hacia el emprendimiento. Análisis del centro universitario de ciencias exactas e ingenierías,*

realizada con el objetivo de conocer en base a algunas características sociodemográficas de los estudiantes en ciencias exactas, las actitudes de los alumnos universitarios hacia la creación de empresas. La metodología empleada fue con nivel descriptivo relacional y una muestra de 366 alumnos en 2 de las 17 escuelas del centro universitario. En esta tesis se tuvo como conclusión principal que los estudiantes del centro universitario tuvieron una tendencia positiva hacia el emprendimiento, tomando en consideración que el análisis del Chi Cuadrado arrojó que las variables que describen características personales de los encuestados tuvieron un resultado mayor a 0.05 por lo que se entiende que no están directamente relacionados con la intención emprendedora, sin embargo las variables relacionadas a la sociedad y temas empresariales resultaron con índices menores al 0.05 en el análisis, dándose a entender que son los que más se relacionan con la intención emprendedora de los encuestados. El aporte del estudio da a conocer la importancia de las instituciones educativas en el fomento de los rasgos necesarios para que los estudiantes busquen crear su propia empresa, nos dejó entender mejor cuales son los rasgos o actitudes que más se influyen en el desarrollo de la actitud emprendedor.

Tejedor (2017) en su tesis *El impacto de la formación en la competencia iniciativa y espíritu emprendedor sobre el emprendimiento en el ámbito universitario*, realizada con el objetivo principal de observar el impacto de la formación universitaria española en la iniciativa y espíritu emprendedor como competencia sobre la intención emprendedora. La metodología de investigación utilizada abarca un análisis con diseño no exploratorio y enfoque cuantitativo, y fue aplicada en una muestra de 575 estudiantes de tres diferentes universidades de Valencia. En este estudio, se llegó a la conclusión general de que la Universidad está facilitando al alumno enseñanzas curriculares en la competencia iniciativa y espíritu emprendedor en conocimientos que

facilita una percepción positiva sobre su capacidad y sobre lo favorable que puede ser llevar a cabo un proyecto emprendedor. Por otra parte, la formación extracurricular en esta competencia ayuda al alumno a reforzar su percepción de ser capaz de iniciar un proyecto. Se denota la correlación entre las variables al obtener un KMO de 0.65 y un Chi Cuadrado significativo. El aporte destacado de esta tesis demuestra como la formación en la iniciativa emprendedora impartida por las universidades es un factor significativo en la propensión a la creación de empresas, el hecho de que en esta tesis se hable de cómo este factor se relaciona con la posibilidad de que los alumnos decidan crear su propia empresa es de suma importancia tanto para el presente trabajo de investigación como para futuros estudios, porque revela que existe ya una relación y significancia del espíritu emprendedor como una competencia valiosa.

Asunción y Celi (2018) en su investigación titulada *Actitud emprendedora: un análisis del espíritu emprendedor en la carrera de ingeniería comercial, facultad de ciencias administrativas Universidad de Guayaquil*, realizada con el objetivo de analizar la actitud emprendedora de los alumnos universitarios de la carrera de ingeniería comercial y su implicancia con el espíritu emprendedor. En la metodología se consideró el enfoque cuantitativo junto con un nivel de investigación exploratoria y descriptiva siendo realizada en una muestra de 342 alumnos de los distintos niveles de la carrera de ingeniería comercial de la Universidad de Guayaquil. Como conclusión general de esta investigación se rescató que existió una relación en nivel alto entre los rasgos psicológicos y valores personales con la intención emprendedora al generarse índices de KMO mayor a 0.5. Dando como resultado cinco hipótesis aceptadas de seis. El aporte que brinda este trabajo de investigación fue el de utilizar un instrumento estandarizado desarrollado por Espíritu en el año 2011 en base a otra teoría muy conocida de la creación de empresas realizada por Veciana, que aunque

fue un instrumento bastante interesante se denoto que aun deja algunos puntos sin analizar y tiene varios puntos que corregir para un mejor análisis de las variables, un instrumento estandarizado podría ser bueno para el análisis pero siempre deja puntos sin tocar, por lo que sería una muy buena opción adecuar nuevos cuestionarios dependiendo de cada investigación.

Antecedentes nacionales

Quijano (2016) en su tesis titulada *Capacidades asociadas al emprendedurismo en estudiantes de administración de la USP filial Caraz, 2016*, realizada con el propósito de identificar las capacidades ligadas al emprendedurismo que tienen los estudiantes de la escuela de administración del espacio estudiado. La metodología de la investigación fue de diseño no experimental y con nivel transversal descriptivo aplicado a una muestra de 217 estudiantes. La conclusión general, esta investigación reflejó que las capacidades creativas, técnicas, sociales y emprendedoras de los estudiantes de la escuela de administración USP Caraz poseen índices mayores al 80%, lo cual demostró que los alumnos poseen cada una de estas capacidades para reforzar su espíritu emprendedor. Esta tesis brinda un excelente aporte al orientar su investigación a desarrollar el espíritu emprendedor e implementarlo en los alumnos de la localidad seleccionada, en este estudio no solamente se detallan algunas características de los emprendedores sino también brinda las recomendaciones necesarias para fomentar este fenómeno en los universitarios con el fin de fomentar su futuro empresarial.

Mitma (2018) en su investigación titulada *Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural – Instituto de Educación Superior Pedagógico Público de Huancavelica*, realizado con el propósito de conocer la relación que puede haber

entre el espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las alumnas universitarias de la carrera y casa de estudios elegida. La metodología utilizada fue de tipo básica con un nivel descriptivo correlacional y estuvo orientada a una muestra de 114 estudiantes de la carrera profesional de Educación Inicial Intercultural. Se logró concluir que existe un vínculo muy significativo entre el espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las alumnas de la carrera profesional de educación inicial intercultural, al obtener un índice de 0.915 en el coeficiente de correlación de Pearson. El aporte que dejó esta investigación es en primer lugar que sirve como guía principal para realizar el presente trabajo, como podemos ver esta investigación utiliza tanto variables iguales o similares a las que se está usando en este trabajo como también está orientada a una población similar a la nuestra. Dentro de este trabajo se evalúa cómo el espíritu emprendedor de las estudiantes evaluadas se relaciona con la creación de empresa. Orientar la investigación a este sector es bastante innovador debido a que en Perú existen pocos trabajos relacionados al ámbito del emprendimiento, por ello toda información plasmada en la investigación de Mitma es de vital importancia para la tesis ahora realizándose.

Acuña y Gamarra (2018) en su proyecto titulado *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una Universidad Privada de Lima 2018*, realizada con el propósito general de analizar las características que determinan la intención de emprendimiento de los alumnos universitarios de pregrado de la Universidad. La metodología empleada fue un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional, explicativo y exploratorio y diseño no experimental transversal, aplicada a un total de 376 alumnos. Se llegó a la conclusión que la actitud emprendedora posee relación con la intención de emprendimiento de los alumnos

encuestados, esto reflejado en los índices de la prueba de KMO obteniendo un 0.778. De igual manera, se encontró que la actitud emprendedora tiene un nexo significativo entre los alumnos y el esfuerzo y tiempo otorgado al desarrollo del emprendimiento si perciben que este es novedoso y rico en conocimientos profesionales. Por lo tanto, se cree que, si los alumnos tienen un comportamiento positivo hacia las tareas empresariales, se verá una mayor intención de dedicar esfuerzo y tiempo en la generación de un nuevo negocio. El aporte de esta investigación deja conocer las variables influyentes en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la localidad estudiada, este trabajo nos ayuda a conocer más el ecosistema emprendedor de tal manera que existan y aumenten la investigación de estos ámbitos y así se puedan mejorar y crear programas que los puedan potenciar.

Juárez (2019) en su tesis titulada *Influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019*, realizado con el objetivo general de la determinación de la significancia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional. Se aplicó una metodología de tipo básica, un nivel explicativo causal y de diseño no experimental desarrollada en una muestra de 64 alumnos del último ciclo de la carrera en donde se aplicó el estudio. Esta tesis termina por concluir que el pequeño grupo de estudiantes involucrados en la investigación presentan una fuerte actitud emprendedora, tienen en consideración al emprendimiento como un elemento de independencia y realización personal, con el cual pueden laborar libre innatamente algo de su interés y no dependen de un trabajo fijo, sin embargo, no llegan a ser capaces de generar oportunidades por cuenta propia. La investigación rescata un 0.2 de significancia en la correlación de las

variables. El aporte que la autora deja una numerosa propuesta de valor, en la que, de manera muy específica, ataca cada uno de los puntos que pudo identificar son deficiente en cuanto al ecosistema emprendedor, de tal manera que se pueda reforzar el espíritu emprendedor en su muestra seleccionada. En esta propuesta de valor se denotan muchos puntos que la autora considera relevantes para el desarrollo del espíritu emprendedor, indicando actividades a seguir en un tiempo específico para lograr que los alumnos de la carrera de ingeniería comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales puedan llevar a cabo proyectos emprendedores sin ningún problema.

Quispe (2020) es su tesis titulada *Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020*, realizada con el objetivo principal de demostrar las implicancias entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas de los alumnos de los institutos superiores tecnológicos en la región San Martín. La metodología es de nivel correlacional, enfoque cuantitativo y diseño no experimental siendo aplicado en una muestra de 616 alumnos. En los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, que existe una relación positiva moderada ($p=0.63$) entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín. El desenlace de la investigación demostró también que la mayoría de encuestados expresan actitudes de emprendimiento para crear empresas. El aporte que una vez más esta investigación brinda una vasta información con respecto a las variables utilizadas, ya que estas son muy importantes en el proceso de formación empresarial y crecimiento socioeconómico de las personas como bien lo hemos mencionado, en el Perú hay muy pocas investigaciones con respecto al emprendimiento por lo que cualquiera que

contenga información referente a ella se vuelve relevante. Es así como el aporte principal o general que nos brinda este trabajo es un análisis completo de la intención emprendedora y todo factor que influya en el desarrollo de esta con el objetivo de brindarles a los actores directos como la universidad misma algunas recomendaciones para desarrollarlo y brindar a los estudiantes mejor asesoría en cuanto a la creación de empresas.

2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado

2.2.1. Bases teóricas del espíritu emprendedor

A lo largo de los años, mucho se ha estudiado acerca del desarrollo del emprendimiento y sus actores, son pocos los que han logrado brindar un estudio completo con respecto a este tema y en principal de la variable conocida como espíritu emprendedor.

El espíritu emprendedor nace del concepto entrepreneurship, que apareció gracias al término francés entrepreneur que, al traducirlo al español, significa emprendedor. Una de las primeras apariciones del término “emprendedor” es la que menciona Bucardo et al. (2015) quien resalta que la primera vez en la que se usó el término emprendimiento, fue en un texto del económico francés Richard Chantillon en el año 1756, donde describía al emprendimiento como el riesgo que tomaban las personas al comprar productos a un precio relativamente bueno y venderlos con precios mucho mejores de los que se ven en el mercado. Posteriormente a este concepto, aparecieron otros economistas reconociendo el termino, entre ellos tenemos a Alfred Marshall, quien en 1890 explica que el emprendedor es aquel individuo que posee habilidades de liderazgo y un gran conocimiento de la industria donde se desenvuelve. Muy cerca de esta definición, apareció la intervención del reconocido economista austriaco Joseph A. Schumpeter, quien, en 1934, en un su

artículo “The theory of Economic Development”, explica que el emprendedor es aquel individuo que posee como principal rasgo la innovación, haciendo mejoras en los procesos económicos. Sumado a las opiniones de estos neoclásicos, ya en tiempo más recientes, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2003) desarrolla su concepto de espíritu emprendedor, basándolo en la capacidad de llevar a cabo proyectos, sean propios o ajenos, desarrollando cualidades que permitan el éxito de estos. Sumada a este nuevo y reciente concepto, tenemos a Prieto et al. (2013) quien concreta una definición más directa al espíritu emprendedor expresando que este término refiere más que a una actitud relacionada a la asunción de riesgo que toma un individuo para lograr un objetivo. Una opinión compartida con el autor José Salinas, que, para el mismo año, publica su libro temático junto a sus compañeros sobre el tema del emprendimiento y destaca que el espíritu emprendedor es la actitud que tiene una persona tanto en la vida cotidiana como en el plano profesional. Conforme a esta recopilación de estudiosos sobre el espíritu emprendedor, se explicarán las temáticas de los autores más recientes en este término.

2.2.1.1. Teorías del espíritu emprendedor.

En primer lugar, tenemos a Salinas et al. (2013), quien menciona que: “El espíritu emprendedor o iniciativa emprendedora no se debe considerar como un medio para crear una empresa, sino como una actitud general que puede ser de utilidad en la vida diaria o en el desarrollo de cualquier actividad profesional” (p. 9). Este autor comenta una definición bastante interesante para lo que es el espíritu emprendedor, tomando en cuenta que este es propio de una persona, en este caso denominado como emprendedor, estos autores dejan ver que el espíritu emprendedor no es solamente una actitud que al poseerla permite la creación o desarrollo de empresas, sino que va más allá de ello, influyendo en la diferentes decisiones o

actividades de la vida diaria de las personas. Así mismo, tenemos también a Olmos (2007) quien afirma: “El espíritu emprendedor está relacionado a la personalidad o la actitud, es una forma de vida de las personas motivadas al cambio y mejora del rumbo de sus vidas, esto causará un crecimiento en su camino hacia el emprendimiento” (p. 4). Olmos resalta nuevamente que esta variable es una forma de vida, es decir que puede ser la manera en la que una persona orienta sus objetivos, al igual que Salinas y sus compañeros quienes consideran que el espíritu emprendedor influye tanto en la vida personal como profesional de las personas. Se denota entonces que ambos autores coinciden en el hecho de que el espíritu emprendedor es de vital importancia para aquellas personas que buscan un crecimiento tanto personal como profesional ya que los ayudará en la toma de decisiones y el establecimiento de aquellos objetivos a los que se quiere llegar.

Mucho se habla acerca de cómo la falta de trabajo afecta el desarrollo socioeconómico de las sociedades, incluso entre las definiciones de Salinas y sus coautores, se menciona como muchas personas crean sus propios negocios o empresas con el fin de hacerse de un empleo propio debido a la falta de trabajo que se presenta en sus localidades. Formando de esta manera una Cultura Emprendedora que es desarrollada por las personas con este tipo de características.

2.2.1.2. Cultura emprendedora.

Si bien es un término nuevo, está directamente ligado al espíritu emprendedor debido a que Salinas et al. (2013) define como: “Un conjunto de cualidades, habilidades y conocimientos necesarios que poseen los individuos para poder gestionar su propio proyecto o itinerario profesional, o crear su propio negocio como otra opción (no como última salida) frente al trabajo por cuenta ajena” (p. 9). Con esta definición, se puede comprender que la cultura emprendedora es aquella que engloba

los rasgos principales que poseería un individuo o en esta ocasión más específico un emprendedor para no solo administrar su propio proyecto sino también para llevar a cabo actividades cotidianas, el autor plantea de manera bastante puntual como la cultura emprendedora representa el grupo de características puntuales que tiene una persona y como estas la hacen diferente a las demás personas en el contexto de emprendimiento.

De igual forma tenemos la opinión de Briasco (2016) quien expresa que: “La cultura emprendedora no se debe considerar únicamente como un medio para crear una nueva empresa, sino como una actitud general que siempre puede ser de utilidad en la vida cotidiana y en todas las actividades profesionales” (p. 18). En síntesis, Salinas y sus coautores expresan la cultura emprendedora como un conjunto de actitudes o comportamientos que guían a una persona a un objetivo, en su definición el de crear una empresa, sin embargo para Briasco este término vendría a ser algo mucho más profundo, pues si bien es cierto también coincide en que es una actitud, Briasco da un concepto más amplio de lo que indica Salinas y sus coautores al mencionar que no solo es una actitud para la creación de empresas sino que la cultura emprendedora tiene una influencia más profunda en la vida de las personas.

2.2.1.3. Dimensiones del espíritu emprendedor.

Muy seguido de la definición, Salinas et al. (2013) señalan aquellos factores que considera importantes en un individuo que posee o desea poseer espíritu o iniciativa emprendedora, entendemos de esta forma que lo próximo que describe el autor vendría a ser las dimensiones que él considera propias de esta variable. Como bien se mencionó antes, este conjunto de dimensiones, el autor, las agrupa en algo llamado la cultura emprendedora, en donde se las define como los 4 grupos de habilidades más resaltantes en un emprendedor. Se conoce que muchos individuos

pueden nacer con diferentes habilidades o capacidades, sin embargo, para el desarrollo del espíritu emprendedor se necesita una serie de factores de específicos.

Tabla 1

Dimensiones e indicadores del espíritu emprendedor

Competencias de gestión empresarial	Competencias sociales	Competencias personales	Cualidades empresariales
Planificación	Cooperar	Autoconfianza	Creatividad
Toma de decisiones	Trabajar en equipo	Motivación por actuar	Iniciativa Personal
Comunicación	Asumir nuevos papeles	Pensamiento Crítico	Asumir riesgos
Voluntad de asumir responsabilidades		Aprender de forma autónoma	

Nota: Adaptado de Salinas et al., 2013.

En la tabla, se puede observar las cuatro dimensiones que plantean Salinas y sus coautores que resumen las dimensiones del espíritu emprendedor como aquellas características importantes que debería desarrollar un emprendedor, enfocándose netamente en el tema de las competencias. A continuación, se explican más a fondo a lo que se refiere el autor con cada una de estas.

A. Competencias de gestión empresarial

Se tiene como primera dimensión, competencias de gestión empresarial, en donde se indica que esta dimensión está orientada a la aptitud para resolver problemas, pues tal como Briasco (2016) menciona: “Las competencias viene a ser actitudes de un individuo que permiten la solución de problemas identificando y analizando la mejor manera de lograrlo” (p. 19). Dentro de esta definición se puede denotar claramente lo que el autor quiere expresar con su primera dimensión, puesto que el uso de competencias en el tema de gestión empresarial hace referencia principalmente a la capacidad que tiene un individuo en resolver los problemas que

puedan aparecer en la vida laboral, usando recursos óptimos, esto de acuerdo con lo que expreso Briasco. Habiendo entendido el concepto de esta primera dimensión, Salinas y sus coautores muestran 4 de las principales competencias que él considera relevantes; la planificación, la toma de decisiones en situaciones críticas, la comunicación y la voluntad de asumir responsabilidades, hará posible el fomento de la aptitud orientada a la resolución de problemas.

- La planificación. Tomado desde un punto técnico, la planificación o más conocida como planeación vendría a ser según Chiavenato (2009) aquella que “Determina por anticipado cuales son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para conseguirlo” (p. 143). Tomando en cuenta este concepto y lo que el autor quiere expresar, se entiende que la planeación vendría a ser la habilidad o capacidad que posee un individuo para establecer lo que quiere lograr de manera ordenada, ya sea en temas profesionales o temas personales.
- Toma de decisiones. En este segundo indicador parte de la primera dimensión expresada por Salinas y sus coautores, se hace referencia a la habilidad que posee un individuo de seleccionar la mejor opción frente a algún contratiempo que se presente, esto tomando en cuenta todos los detalles necesarios para el bien común. Esto se deduce gracias al concepto que nos brinda Chiavenato (2009) afirma que: “La toma de decisiones es un proceso que consiste en hacer un análisis y elegir entre varias opciones un curso de acción” (p. 227).
- Comunicación. La comunicación según Chiavenato (2009) afirma que: “Es el flujo de información entre dos o más personas y su comprensión, o la relación entre personas por medio de ideas, hechos, pensamientos, valores y mensajes” (p. 308).

- Voluntad de asumir responsabilidades. En este último indicador propuesto por el autor, se toma de referencia lo expresado por Jiménez (2015) quien afirma: “La persona responsable es quien desarrolla un comportamiento de forma consiente y puede ser imputada por las acciones/consecuencias que pudieran derivarse” (p. 31). De acuerdo con esta definición se entiende que el tema de responsabilidad se orienta a la capacidad que tiene un individuo de concienciarse sobre los actos que realiza. De mano de lo que quiere expresar Salinas y sus coautores, entendemos que este indicador quiere expresar la capacidad de juicio voluntaria de las personas frente a sus acciones.

B. Competencias sociales

Tenemos a la dimensión planteada como competencias sociales, en esta los autores mencionan algunas de las características que considera como parte de las competencias o habilidades sociales, según Pérez (2014) estas se refieren: “Un conjunto de capacidades que permiten el desarrollo de un repertorio de acciones y conductas que hacen que las personas se desenvuelvan eficazmente en lo social” (p. 50). Tomando en cuenta esta definición, se puede denotar que hacen referencia a que esta dimensión son habilidades orientadas al entorno de la persona, principalmente enfocada en la relación que se tuviera con las personas en sí, puesto que la relación con el entorno es un tema indispensable en el desarrollo de la vida de las personas. Dentro de esta dimensión, se destacan tres que considera indispensables para el desarrollo de un emprendedor.

- Cooperar. En términos específicos, la cooperación según Pérez (2014) se refiere a: “La capacidad de colaborar con los demás para lograr un bien común” (p. 51). Argumento bastante acertado para lo que Salinas y sus coautores desea expresar en este indicador para la dimensión de competencias sociales,

pues en relación con el tema del entono, la cooperación engloba el hecho de participación entre un grupo para lograr un objetivo común.

- Trabajar en equipo. Martínez (2016) menciona: “Ya sea con trabajadores o proveedores el emprendedor trabaja en equipo continuamente. En este sentido es esencial que cuente con unos recursos básicos como las dotes comunicativas o la empatía” (p. 10). De mano de esta definición, se puede reforzar como Salinas y sus coautores expresan que este indicador es de vital importancia para el desarrollo del emprendedor y de su desarrollo en el entorno, como bien se menciona, trabajar en equipo es la capacidad que tienen los individuos de convivir con otras personas con el fin de alcanzar objetivos.
- Asumir nuevos papeles. Salinas y sus coautores desean resaltar en este punto la capacidad del individuo de asumir roles de suma importancia en un grupo, en principal el rol de líder. Jiménez (2015) afirma que: “La intención de asumir el rol de líder de un grupo implica el deseo de guiar a los demás. El líder tiene en cuenta las necesidades de su equipo y es capaz de infundir orgullo, obtener respeto y confianza” (p. 33).

C. Competencias personales.

Para su tercera dimensión, competencias personales, Salinas y sus coautores buscan destacar aquellas habilidades que permiten la superación de una persona.

Así como Pérez (2014) menciona:

Las habilidades de autonomía personal son el conjunto de habilidades o destrezas fundamentales que permiten establecer y/o potenciar en cada persona las capacidades físicas, conceptuales, emocionales y practicas necesarias, al objetivo de conseguir una autonomía y socialización suficiente para su existencia. (p. 8)

Tomando en cuenta esta definición, podemos denotar como Salinas y sus coautores hacen referencia a aquellas habilidades que permitirán la autorrealización de una persona en su vida, estas habilidades también llamadas destrezas se desarrollan con el objetivo de que las personas se desenvuelvan de forma independiente en su entorno y vida personal y/o profesional.

- Autoconfianza. Jiménez (2015) afirma: “La confianza en uno mismo es tener esperanza firme sobre lo que somos y hacemos. Se trata de un proceso de construcción de aprendizaje que supone no darse por vencido, analizar nuestros errores y superar nuestros defectos” (p. 30). Se entiende entonces que la autoconfianza es el poder personal que un individuo tiene sobre sus posibilidades de lograr sus metas, Salinas y sus coautores expresan este punto porque la autoconfianza hace referencia a la determinación y seguridad que tienen los individuos en sus propias capacidades.
- Motivación por actuar. En cuanto a este indicador, Salinas y sus coautores hacen referencia más que nada a la confianza que tienen los individuos en sus propios objetivos, lo que les permite contar con la actitud necesaria para llevar a cabo las acciones necesarias para alcanzarlos. Lobato (2011) afirma: “El emprendedor ha de marcarse sus propios objetivos con realismo, teniendo claro lo que quiere conseguir y el esfuerzo y la dedicación que precisa para ello” (p. 13). Una definición que afirma lo que nuestro autor principal trata de expresar, dando paso a una mejor comprensión de lo que son las habilidades personales.
- Pensamiento crítico. Jiménez (2015) menciona: “Las personas podemos fracasar muchas veces, pero si somos capaces de aprender de nuestros errores y no cejar en nuestros intentos, podemos conseguir las metas

deseadas” (p. 31). Esta definición viene a ser la más acertada para dar soporte a lo que quiere expresar nuestro autor, si bien es cierto, Salinas y sus coautores expresan el pensamiento crítico, básicamente haciendo referencia a la tenacidad que tiene la persona en su afán de conseguir lo que se plantean, concluyendo así que este indicador trata de expresar la capacidad de los individuos de resistir ante problema y nunca rendirse.

- Aprender de forma autónoma. Puntualmente se debe entender que en este punto se busca expresar la autonomía personal, es decir, Pérez (2014) menciona: “La capacidad que tiene la persona para desarrollar una vida lo más satisfactoria e independiente posible en los entornos habituales de la comunidad” (p. 16). Salinas y sus coautores mencionan este indicador como parte de las competencias personales, pues hace referencia netamente a como las personas se pueden valer por sí mismos en el desarrollo de ciertas actividades. Podemos ver como este indicador es de suma importancia dentro de las competencias personales, pues permite que los individuos adquieran saberes y habilidades para desenvolverse en los aspectos personales y profesionales.

D. Cualidades empresariales

Por último, tenemos a la cuarta dimensión, en este caso las cualidades empresariales, donde el autor menciona características propias de un empresario, así es como Lobato (2011) afirma que: “Para desarrollar la actividad empresarial y responder a las notas definitorias del empresario, las personas han de tener una serie de características personales y profesionales” (p. 31). Este autor da soporte a lo que refieren Salinas y sus coautores en esta dimensión, pues como bien se expuso, las cualidades empresariales son más que nada un conjunto de características propias

del individuo que permiten desarrollar actividades empresariales. Se sabe que al ser tanto personales como profesionales, tienden a ser una lista de diversas cualidades, sin embargo, Salinas y sus coautores destacan tres que considera las más importantes dentro de esta dimensión.

- Creatividad. Jiménez (2015) menciona: “La creatividad implica poner a trabajar la imaginación para realizar algo nuevo” (p. 29). Esta definición es puntual, pues Salinas y sus coautores intentan expresar esta cualidad como un medio con el cual los emprendedores o individuos pueden crear cosas nuevas e innovadoras con sus propias ideas.
- Iniciativa personal. Martínez (2016) menciona: “El emprendedor debe actuar a iniciativa propia con confianza en uno mismo, sin necesidad de impulso o apoyo externo” (p. 10). Así como lo menciona este autor, la iniciativa personal es actuar por cuenta propia, sin embargo, no significa actuar de manera irracional, es una cualidad empresarial bastante importante pues conlleva a ser arriesgado pero razonable, un concepto bastante entrelazado a lo que Salinas y sus coautores desean expresar.
- Asunción de riesgos. Lobato (2011) menciona: “Emprender significa asumir el riesgo de fracasar en el intento; por lo tanto, es preciso que el emprendedor sea capaz de asumir el riesgo inherente a la aplicación de su innovación” (p.13). Así como Lobato, Salinas y sus coautores también consideran que esta cualidad es de suma importancia al emprender, pues significa el estar preparado ante cualquier contingencia que pueda aparecer tanto en el aspecto profesional como personal.

En concreto, se puede ver como un autor, en su libro orientado a la empresa o la iniciativa emprendedora, habla, explica y califica el espíritu emprendedor, para

comprender a lo que hace referencia este autor se usaron definiciones de diferentes autores que coinciden son lo que Salinas y sus coautores están expresando. Se está considerando a este autor como el principal de esta investigación, pues plantea una visión más amplia sobre el espíritu emprendedor al resaltar que en el desarrollo de esta variable interfieren características como cualidades y competencias que la refuerzan y que en su caso, los emprendedores deberían poseer para afirmar que cuentan con espíritu emprendedor.

Tenemos entonces, como segundo autor, a Prieto et al. (2013), quien en su libro brinda información de suma importancia, dentro de ello el concepto de lo que llamamos espíritu emprendedor.

Prieto et al. (2013) define:

El espíritu emprendedor es aquella actitud del individuo que le lleva a tomar la iniciativa con determinación, responsabilidad y asunción a riesgos hasta alcanzar la meta que se ha propuesto, tanto en su vida personal como en su carrera profesional o en la creación de una empresa. (p. 7)

De la mano de esta definición, tenemos a Jiménez (2015) quien afirma que: “El espíritu emprendedor es un sentido lato, hace referencia a capacidades personales propias de un individuo” (p. 27).

Los autores, con su definición, nos dejan entrever que el espíritu emprendedor es una actitud, se refieren a este variable como un factor de suma importancia en la vida de las personas puesto que con el apoyo de un conjunto de cualidades o capacidades se puede desarrollar un accionar que llevara al individuo a decidirse a realizar algo nuevo. Se establece que el espíritu emprendedor está presente no solo para aquellos que tiene planes de crear sus propias empresas o ya las tienen creadas, sino que se encuentra en diferentes individuos que no necesariamente lo utilizan para

temas profesionales sino también usados para tomar decisiones en situaciones cotidianas.

2.2.1.4. Tipos de emprendedores.

Prieto et al. (2013) dentro del desarrollo de su explicación sobre el espíritu emprendedor, destaca a los tipos de emprendedores como tema importante para entender el termino, dentro de los que tenemos al *Intraemprendedor*, según Lobato, (2011) este tipo de emprendedor es aquel que dentro de la empresa o negocio donde se encuentra laborando, puede establecer nuevos procesos, servicios e incluso productos pero que beneficia principalmente a la empresa.

Otro tipo de emprendedor, Lobato (2011) menciona el autor es el *emprendedor independiente o económico*, a quien se le atribuye el termino *entrepreneur*, definido como la persona que por sus propios medios logra establecer un nuevo proyecto dentro de la oportunidad de negocio que logro identificar.

Según Lobato (2011) y Prieto et al. (2013), existen cuatro perfiles que destacan en este tipo de emprendedores los cuales son:

- Persona emprendedora vocacional o entrepreneur artesano. Definido como aquel individuo que ha creado por sus propios medios algún producto o servicio y lo desea desarrollar a un nivel más grande en el ámbito empresarial. En este perfil, se describe como un emprendedor vocacional está orientado a crear su propia empresa luego de haber inventado algún nuevo producto para la oportunidad que logro identificar en su entorno, pero que carece de ambiciones (Lobato, 2011).
- Trabajador experimentado. Prieto et al. (2013) lo describe como un intraemprendedor que ha obtenido la madurez necesaria para la creación de su propio negocio, esto también en consecuencia de lo nulo que se vuelve

seguir creciendo en una misma empresa. En este perfil, denotamos que es como un derivado de un tipo de emprendedor ya visto, el intraemprendedor, quien en este caso luego de haber estado tanto tiempo en una empresa en la que logro recabar la suficiente experiencia, decide surgir por cuenta propia. Es bien conocido que este perfil aparece al ya no encontrar manera de sobresalir en un lugar dentro del actual puesto de trabajo.

- Emprendedor que materializa un proyecto surgido de un spin-off. Se resaltan dos tipos de proyectos que se pueden realizar con este perfil, la spin-off empresarial, que tiene como definición el crear un negocio o empresa dentro de uno que ya existe con el objetivo de no perder recursos humanos valiosos a los cuales se podría transformar en socios. También se tiene a la spin-off académica, que surgen en las instituciones educativas como resultado de los conocimientos que se pudieron aprender, demostrando así la eficiencia de la institución. Para este perfil, se denota la importancia de las spin-off como objetivo de un emprendedor, se ha podido ver que las más comunes son las spin-off académicas, puesto que los centros de estudios dan mucha importancia a los logros de sus alumnos (Prieto, 2013).
- Emprendedor por necesidad o entrepreneur económico, Lobato (2011) y Prieto et al. (2013) describen este perfil como las personas desempleadas que desarrollan una fuerza con la cual desea emprender, por lo cual buscan generar autoempleo de una u otra forma y poder generar beneficios económicos. Se destaca en este caso, la importancia a aquellas personas desempleadas, quienes debido a su situación se motivan a generar sus propios empleos al no poder encontrar uno dentro de la sociedad donde viven.
- Por último, pero no menos importante, tenemos al emprendedor social, para el

cual Lobato (2011) y Prieto et al. (2013), estudian como un tipo de emprendedor bastante importante y muy resaltante en los últimos años, caracterizados por crear un negocio, empresa o asociación que se centre más que nada en brindar beneficios, no necesariamente económicos, a otros en lugar del propio. Se entiende que en este tipo de emprendedor es muy bueno resaltar como se le pone prioridad a la responsabilidad social como principal valor para la generación de empresas no lucrativas que ayuden a las sociedades, aportando recursos o conocimientos a otras personas en lugar de generar algún beneficio personal.

Son estos entonces los tipos de emprendedores en los cuales se pueden presentar el espíritu emprendedor, tal vez de distintas maneras y en diferentes niveles, pero según Prieto, el espíritu emprendedor puede estar presente en cualquiera de estos individuos.

2.2.1.5. Características del emprendedor

Pasamos ahora a analizar algunas de las características del emprendedor, las cuales también tomarían el papel de dimensiones del espíritu emprendedor, puesto que, para desarrollar y estudiar al espíritu emprendedor, se tienen que tener en consideración ciertas características que resaltan en las personas, estas características se engloban en lo que se conoce como el perfil emprendedor, que se define como un conjunto de capacidades y habilidades que hacen posible que una persona tenga la intención de iniciar un proyecto empresarial. En contexto a esto, se plantean 2 grupos que se necesitan evaluar para conocer el espíritu emprendedor que se posee, estos son de tipos personales o sociales.

A. Capacidades personales.

Tanto Prieto et al. (2013) como Lobato (2011) consideran esta dimensión, si

bien el primero la define como “capacidad” y el segundo como “cualidades”, ambos hacen referencia al mismo grupo de indicadores, no precisamente idénticos, pero sí bastante parecidos.

- Creatividad. Como primer factor dentro de las capacidades personales se tiene a la creatividad, el autor para este primer factor, lo resalta como la capacidad que tiene un individuo de poder crear ideas y conceptos novedosos que puedan servir en principal para la toma de decisión o la resolución de problemas, Prieto et al. (2013) explica con esta definición que la creatividad como capacidad vendría a ser un punto importante en el emprendedor, ya que como hemos visto anteriormente, el emprendedor se va a enfrentar a muchas contingencias en su camino a buscar el éxito, el poder resolverlas de manera autónoma se logra gracias a un buen desarrollo de la creatividad, que les permitirá tener nuevas formas de crear soluciones y mejorar situaciones a su favor.
- Iniciativa. Tenemos aquí otra de las capacidades personales, definida como la manera de convertir una idea en algo real y concreto (Prieto, 2013). La iniciativa es la capacidad de tomar decisiones propias con el objetivo de alcanzar lo que se ha propuesto. En base a este concepto, se entiende que la iniciativa es tomada también como un factor propio de la persona, se desarrolla como la capacidad de establecer una idea del emprendedor, en algo concreto y real, pero esto no de una manera normal sino tratando de superar las propias expectativas propuestas.
- Innovación. Tercera capacidad personal, conceptualizada por Lobato (2011) como la forma de trasladar una idea en un proceso, servicio o producto que se centre en satisfacer las necesidades identificadas en el mercado. Esto se

puede entender como aquella habilidad que ayuda al emprendedor a establecer mejor que pueda llenar el espacio de necesidad existente en la sociedad.

- Autoestima. Ligado al tema de la aprobación propia, este término se refiere al nivel de confianza que se posee en el logro de los objetivos establecidos. En ese sentido, Schnarch (2014) menciona: “El emprendedor es optimista y seguro” (p. 62).
- Conocimientos profesionales. Se define aquí los saberes técnicos sobre los temas relacionados al sector en el que se va a emprender, es decir, diferentes detalles como temas de gestión empresarial o información sobre el mercado. Así como Schnarch (2014) menciona: “Los emprendedores exitosos reconocen que están aprendiendo siempre” (p. 62).
- Orientación al logro. Se define como la capacidad de saber lo que se quiere lograr y conocer los sacrificios en los que incurrir para poder alcanzarlo. De acuerdo con Schnarch (2014) los emprendedores: “Toman decisiones llevadas a la acción para lograr objetivos en un plazo determinado” (p. 62).
- Tenacidad y perseverancia. Este factor resalta el hecho de no dejar caer las ideas propias a pesar de las posibles contingencias que puedan surgir, puesto que se desea volverlas realidad. Así como lo afirma Lobato (2011) quien indica que esta cualidad implica “saber aprovechar lo bueno de un intento fracasado para aplicarlo a otro mejorado con más garantías de éxito” (p. 14).
- Responsabilidad. Prieto et al. (2013) menciona: “Centrándose aquí en la manera en que el emprendedor asume las posibles consecuencias, sin buscar culpables, de las acciones que se realizara con el fin de alcanzar la meta” (p. 9).

- Asunción al riesgo. Se define como la actitud de un individuo frente a situaciones peligrosas que aparecen posteriores a una decisión y que hacen ver de cerca posibles fracasos. En este punto, Lobato (2011) se entiende que: “La asunción al riesgo es prácticamente el accionar que toma un individuo frente a posibles fracasos o daños en el proceso de emprendimiento” (p. 13).

B. Capacidades sociales (habilidades)

Conjunto de factores sociales considerados claves para el desarrollo del espíritu emprendedor en un individuo, Prieto et al. (2013) considera cuatro de estos factores considerándose importantes en este sentido.

- Liderazgo. El liderazgo se expresa como la capacidad o habilidad de involucrar a otros individuos en el proceso de un proyecto empresarial. Se entiende más que nada que el liderazgo es la manera en que el emprendedor logra inspirar y guiar a un grupo a un mismo objetivo. Chiavenato (2009) menciona: “El liderazgo se basa en el compromiso de apoyar y ayudar a las personas a llegar a metas que nunca ha alcanzado” (p. 367).
- Espíritu de equipo. Capacidad que describe el trabajo en equipo, se entiende que este indicador está orientado a la manera en que los emprendedores logran adaptarse a su entorno, es decir logran establecer una relación con las otras personas que podrían o son parte del proyecto para lograr las metas planteadas, pues como Martínez (2016) lo establece: “Ya sea con trabajadores o proveedores el emprendedor trabaja en equipo continuamente” (p. 10)
- Solidaridad. Relacionada con el tema de la responsabilidad, el autor plantea a la solidaridad como la capacidad que posee el emprendedor de aceptar las decisiones del equipo y no desligarse de ellos. Se entiende entonces que este factor implica la empatía para con los compañeros durante la toma de

decisiones (Prieto, 2013).

- Capacidad de comunicación. La comunicación es un factor de vital importancia, más que nada para mantener buena relación con el entorno y que los emprendedores puedan tener mejores relaciones. Lobato (2011) menciona: “El emprendedor debe ser un buen comunicador y tener desarrolladas la empatía y el asertividad hasta un nivel mínimo que le permita interactuar con los demás de forma eficiente” (p. 14).

Esta viene a ser la información más resaltante de este segundo autor en relación al espíritu emprendedor, a diferencia del primer libro, Prieto et al. (2013) destaca las características del emprendedor, lo que se entiende como las dimensiones de la variable puesto que estas sirven para analizarlo en un individuo, otra diferencia está en que este autor solo menciona dos grupos de características o en este caso dimensiones que son necesarias para generar un mejor y más eficiente espíritu emprendedor en los individuos

Como último aporte destacable para la variable espíritu emprendedor, tenemos la guía presentada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de Madrid, España, este libro se presentó con el objetivo de que fomentar el espíritu emprendedor en las distintas instituciones en el país, puesto que, en los años recientes a su publicación, hubo muchos estudios con respecto a esta variable y su importancia netamente en la educación. El país europeo en general considera de suma importancia esta variable, puesto que incluso se estableció una ley para la calidad educativa reforzada por el espíritu emprendedor (Ley Orgánica 10/2002, respetada desde el 23 de diciembre de 2002), por ello se toma como teórico la manera en la que explica el espíritu emprendedor. Se sabe que esta guía fue expuesta debido a la situación que se identificó en el país, al ver como la creación de empresas era la

principal vía para la aparición de empleos y para el desarrollo socioeconómico, ámbitos muy importantes no solo para España sino para muchos países del mundo.

Teniendo presente esto, se rescata el concepto sobre el espíritu emprendedor plasmado en la guía, siendo el siguiente:

El espíritu emprendedor presenta una doble faceta. Por un lado, el espíritu emprendedor supone saber lanzar nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas. Por otro lado, también supone llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2003, p. 8)

Un concepto bastante acertado del espíritu emprendedor pues Gerber (1997) afirmaba también que: “La personalidad emprendedora hace que cualquier situación, por trivial que resulte, se convierta en una excepcional oportunidad” (p. 34). En base a estas definiciones, se puede ver que, en esta ocasión, el espíritu emprendedor es relacionado con ciertas cualidades y capacidades que poseen o deberían poseer los individuos ya sea para la creación de nuevas empresas o mejoras en una ya existente. Vemos que ambos autores mencionan como el Espíritu emprendedor viene a ser el conjunto de estas competencias dando paso a que el individuo pueda transformar ideas en cosas más concretas y de esa manera también pueda crecer tanto en lo personal como en lo profesional. Se entiende pues que el espíritu emprendedor abarca las actitudes de una persona en base al emprendimiento, se centra más en el accionar del individuo y su orientación a crear empresas.

Un punto importante que se toma en esta teoría, son las características de un emprendedor y que, para el desarrollo de su información, se tomaron como

dimensiones. Sin embargo, en el presente caso las características que se mencionan son considerados valores que se pueden fomentar en el individuo para que se obtengan emprendedores capaces.

2.2.1.6. Valores indispensables del espíritu emprendedor.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2003) menciona la existencia de características propias del emprendedor, a las cuales son:

Tabla 2

Valores del espíritu emprendedor

Valores	Subvalores	Descripción
Personales	Creatividad	- Sencillez al pensar e ideas o proyectos
		- Encontrar soluciones novedosas
		- Hacer buenos análisis e investigaciones
	Autonomía	- No depender de una supervisión para realizar actividades
		- Escoger
	Confianza en uno mismo	- Motivarse y ser decidido
		- Pensar positivamente
Tenacidad	- Creer en las aptitudes y capacidades propias	
Sociales	Sentido de la responsabilidad	- Fiarse en los recursos y posibilidades propios
		- Alcanzar las propias expectativas con actos propios
	Capacidad para asumir riesgos	- Decisión de cumplir las obligaciones personales o sociales
		- Actuar aun sabiendo de las dificultades de la acción
	Liderazgo	- Guiar a los demás a un mismo objetivo
Espíritu de equipo	- Conocer las capacidades y habilidades de los demás y poder aprovecharlos	
	- Capacidad para trabajar en estrecha colaboración con otros, compartiendo objetivos y métodos de actuación	
Solidaridad	- Apoyar a los demás.	

Nota: Elaborado en base al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2003.

Se denota dentro de estos dos grupos, un total de nueve características destacadas como valores, en donde Jiménez (2015) explica: “Los valores influyen y

perfilan el comportamiento de las personas y sirven como criterio para evaluar las acciones de los demás. Los valores que se comparten y se sienten socialmente son una parte fundamental de nuestra vida” (p. 28). Se infiere entonces que los valores personales son propios de una persona, cada uno de estos siendo rasgos propios del individuo y que no necesariamente pueden ser innatos, sino que también se pueden aprender con el tiempo. Por otro lado, tenemos a los valores sociales, que se podrían definir como aquellos en los que se ve implicado el entorno del emprendedor, la relación con las demás personas y su manera de adaptarse a lo que sucede a su alrededor.

Un valor que se resalta como un tema aparte es el riesgo, el cual se sabe que existirá debido a que, al tener espíritu emprendedor, se tiene la iniciativa de iniciar un proyecto por cuenta propia, este movimiento genera que se visualicen los riesgos que pueden aparecer a lo largo del proceso. En este tipo de procesos, el individuo debe asumir el compromiso de superarlos.

2.2.1.7. Cualidades emprendedoras.

Leiva (2013) menciona: “Nadie ha logrado fehacientemente definir un perfil único e infalible de lo que se entiende por un emprendedor exitoso” (p. 1). En esta teoría, se menciona cuatro diferentes cualidades o habilidades que forman parte de su desarrollo del espíritu emprendedor, reconocidas como las dimensiones de la presente variable.

- Cualidades personales. En este primer grupo, se mencionan un gran número de indicadores para desarrollar las cualidades personales, indicadores que pueden desarrollar los individuos en busca de reforzar su valor propio y motivación. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2003) explica: “Desde la óptica de las cualidades personales, el espíritu emprendedor supone

desarrollar la autoconfianza y la motivación para emprender algo; aprender a pensar con sentido crítico y habilidad para aprender por uno mismo” (p. 12). Dentro de estas cualidades se tiene: iniciativa, autonomía, espíritu de superación, perseverancia, autocontrol, confianza en sí mismo, sentido crítico, creatividad, asunción de riesgo, flexibilidad, espíritu investigador e innovador, responsabilidad, motivación de logro, espíritu positivo, capacidad de decisión y autodisciplina.

El autor plantea una lista bastante extensa de los distintos indicadores que se desarrollan en las cualidades personales, pues Pérez (2017) afirma: “Es conveniente que un emprendedor o emprendedora cuente con unas cualidades personales determinados y que, en la medida de lo posible, debe intentar incorporar, desarrollándolas por él o ella misma” (p. 16). Dejándose entrever que muchos de estos indicadores deben ser desarrollados por la propia persona que busca destacar como emprendedor.

- Habilidades sociales. Para este punto, se destacan aquellas habilidades que ayudan a los individuos a relacionarse con su entorno, tales como: trabajo en equipo, actitudes tendentes a la cooperación, capacidad de comunicación, capacidad para relacionarse con el entorno, sensibilidad a las necesidades de otros y capacidad para exponer y defender las propias ideas ante los demás.

Es así como en la presente temática, Pérez (2017) menciona que: “Las habilidades sociales conllevan el desarrollo de actitudes de cooperación y de trabajo en grupo y aprender a asumir nuevos roles en una sociedad cambiante. También significa capacidad para dirigir equipos y reuniones para el logro de objetivos” (p. 12).

Describiéndose más a detalle lo que se mencionó en un inicio, pues se denotan las relaciones del emprendedor con otros.

- Habilidades de dirección. Se mencionan ahora ciertas habilidades directivas que en general, el emprendedor debe desarrollar y así incrementar su espíritu emprendedor pues: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2003) menciona: “El espíritu emprendedor supone fomentar la capacidad para planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades, así como tener poder de comunicación” (p. 16). Dentro de estas habilidades se tienen: planificación, toma de decisiones y asunción de responsabilidades, capacidad para afrontar los problemas y encontrar soluciones, capacidad de persuasión, capacidad de liderazgo y capacidad para la organización y optimización de recursos.

Tomando en cuenta también lo mencionado por Pérez (2017), quien menciona que la habilidad de dirigir: “Se trata de la capacidad para influir o persuadir por medio del liderazgo en otras personas para llevarlas hacia el fin o misión propuesto” (p. 17). Se destacan bastante estas habilidades para el desarrollo del espíritu emprendedor o del emprendedor en si pues conllevará a que el individuo logre influenciar a otros y apuntar a un mismo objetivo.

Por último, en esta teoría, también se destacan las conocidas como habilidades directivas o empresariales, un tipo de dimensión que se entrelaza tanto en lo personal como en lo social pues destaca como el emprendedor puede orientar a un grupo a un mismo fin. cabe destacar que, en sí, los tres grupos de cualidades emprendedoras juntas permiten el buen desarrollo del espíritu emprendedor, y no siempre son considerados los mismos indicadores, pues hasta el momento no ha habido un modelo exacto y preciso de las competencias, habilidades o capacidades que debe poseer una persona para considerarse emprendedor exitoso.

Habiendo ya estudiado a los presentes tres autores, se vio optimo basar la investigación en Salinas et al. (2013) pues presenta un desarrollo más completo de

las competencias necesarias para un emprendedor y para el desarrollo del espíritu emprendedor, al cual no solo le brinda una orientación profesional, sino que también se le involucra un ámbito personal en los individuos.

2.2.2. Bases teóricas de la creación de empresas

Se conoce que la importancia del estudio de la creación de nuevas empresas recae en el hecho de que estas representan un gran valor para el crecimiento económico de las diferentes sociedades. Muchas fueron las teorías que se desarrollaron en torno a este fenómeno, por ejemplo se tiene a Coase (1937) quien desarrolló la *Teoría de los costes de transacción*, en donde se plantea que el nacimiento de una nueva empresa se dará solo para brindar valor o reconocimiento al empresario y la empresa, está sujeto a la evaluación de los costes de transacción en los que se debería incurrir para lograr crear una empresa, es decir evaluar si existen costes serían menores si se realizan en el mercado y no en una empresa, de ahí la decisión de si crear una o no. Luego se tiene a Timmons (1978) quien afirma que la creación de empresas se basa en el conjunto de tres pilares (oportunidad, recursos y equipo), en los que se plantean cuestionamientos que formaran parte de la decisión o intención empresarial. Posteriormente, se planteó la teoría de Shapero y Sokol (1982), quienes expresan que la creación de empresas es un conjunto de procesos dentro de los cuales plantea tres fases; la fase previa, orientada a la experiencia positiva o negativa del sujeto, la fase de deseo, referida a la deseabilidad que adquiere el sujeto en función de su entorno y la fase de acción, donde se decide si se lleva o no a cabo la creación de la empresa. Tiempo después aparecieron Johanson y Mattson (1988) quienes exponen que la creación de empresas está ligada al desarrollo de redes organizacionales, es decir en las relaciones que puedan formarse con diferentes actores (posibles clientes, proveedores, entidades financieras

y competidores) que permitan un mejor análisis para la creación de empresas. algún tiempo después tenemos a Ajzen (1991) quien luego de una revisión a su primer trabajo, estableció la *Teoría de la conducta planificada* en la que expone la existencia de tres principales componentes: la actitud hacia la conducta, referida al planteamiento de expectativas, las normas subjetivas, como el deseo de satisfacer las expectativas y control percibido, como la posibilidad de intervenir en los resultados; estos dan paso a la realización de una acción, en este caso a la creación de empresas. Finalmente, se tiene a Veciana (2005) quien presenta un modelo para la creación de empresas en donde se desarrollan elementos como la oportunidad, los recursos, el mercado, la estrategia y el empresario; quienes conjugan para lograr la aparición de nuevas empresas. Estas fueron algunas de las teorías más resaltantes de la variable.

2.2.2.1. Teorías de la creación de empresas.

Teoría del evento empresarial.

En primer lugar, se considera a Albert Shapero, personaje que estableció una de las más utilizadas y conocidas bases conceptuales para la creación de empresas.

Shapero y Sokol (1982) realizó una primera investigación en las que planteo un modelo, dentro del cual en principio hace referencia:

El evento empresarial como el proceso de formación de empresa, producto de dos decisiones: la decisión de un cambio de vida y la decisión de iniciar una compañía. La decisión de cambio de vida surge de la desestabilización que generan en las personas diferentes situaciones, sean negativas o positivas. (p. 154)

La creación de empresas no es un tema sencillo, como bien lo menciona el autor, son parte de un proceso de toma de decisiones en el que influyen situaciones

vividas por cada ser humano, lo que determinara el inicio del evento empresarial.

Al respecto, Schnarch (2014) explica:

El proceso de formación de nuevas empresas y el nacimiento de nuevos empresarios es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, y que cada evento empresarial ocurre en un momento dado como resultado de un proceso dinámico, proveedor de fuerzas situacionales que impactan sobre los individuos, cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales. (p. 74)

Como se puede denotar, ambos autores concuerdan en que la creación de empresas conlleva un conjunto de factores o características que conforman un proceso a seguir, cada uno de los pasos que se podrían establecer en un proceso para la creación de empresas es de vital importancia, he ahí el por qué no se puede intervenir o cambiarlos tan sencillamente, este proceso es bastante completo y su modificación debería estar basada en conceptos bastante concretos.

Bien lo menciona Álvarez (2004), Shapero pretende explicar el evento empresarial, sin involucrar un estudio del empresario en sí, por lo que menciona ciertas características que debe tomarse en cuenta en el proceso de la formación, las cuales son la toma de iniciativa, como una característica que resalta el poder de decisión al momento de encontrar y poner en marcha un negocio, la acumulación de recursos, destacado como la situación en la que se establecen todo lo que se va a necesitar para el desarrollo de un proyecto, la administración, como el poder de organizar o dirigir el proyecto empresarial, la autonomía relativa, que se centra en las decisiones que se toman acerca de la actividad de la empresa, y por último la toma de riesgos, que hace referencia a la capacidad de encarar las consecuencias, sean

positivas o negativa, que generara el negocio (Álvarez, 2004, p. 111).

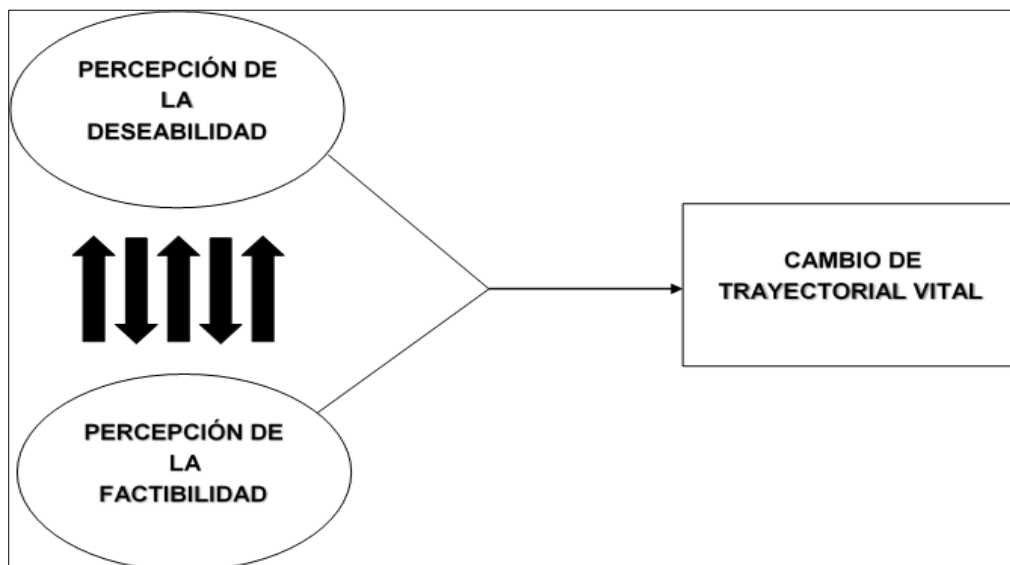
Por otro lado, Álvarez (2014) explica:

En este conjunto de características se puede ver un orden, cada una de ellas es de suma importancia como proceso para el inicio de una empresa, es así como Shapero establece solo estos 5, sin considerar características como la creatividad o la innovación, pues para él, el evento empresarial es muy similar a la innovación. (p. 111)

Muy aparte de estas características, Shapero establece que el evento empresarial se da en conjunto de dos percepciones del individuo: La percepción de la deseabilidad y la percepción de la factibilidad

Figura 1

Teoría del evento empresarial



Nota: Elaboración basado en Shapero y Sokol, 1982.

Según el autor estas dos interactúan entre sí para iniciar el proceso empresarial. Por un lado, tenemos que la percepción de deseabilidad o conveniencia, las cuales, Marulanda et al. (2019) menciona: “Tienen que ver con los valores y son resultado de la cultura, estructura socioeconómica, familia, educación, pares y personas influyentes” (p. 155), se entiende entonces que la percepción de la

deseabilidad hace referencia a lo aprendido por el individuo a lo largo de su vida, en la cuales las vivencias y conocimientos adquiridos permitirán a este establecer si desea o no empezar una empresa.

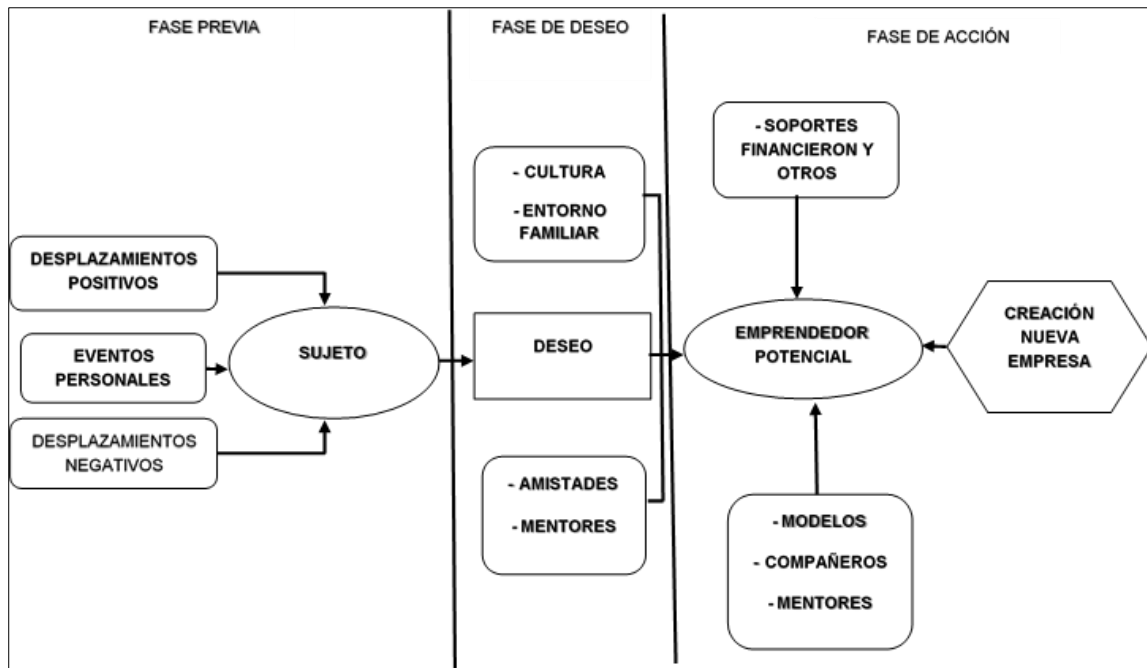
Por otro lado, se tiene a la percepción de factibilidad, la que Marulanda et al. (2019) define como: “Una mezcla de conocimientos, recursos, garantías y experiencia obtenida en un negocio particular o en la educación formal” (p. 155), denotando que este punto se centra más en el conocimiento que se tiene del negocio que se piensa iniciar o el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocios en los que se puede lograr buenos proyectos. Ambas percepciones son de vital importancia pues definirán la dirección que tomara un individuo en referencia a si se realiza como empresario o no, es por ello que, en su modelo, el autor lo establece como que estas dos percepciones determinaran el cambio de la trayectoria vital, dando a entender que la interacción entre estas le dará paso a la aparición de nuevos empresarios o no.

B. Modelo de la conducta empresarial de Shapero y Sokol.

Dentro de la teoría de Albert Shapero, destacamos las contribuciones que realizó Lisa Sokol, quien también opinaba que el proceso de creación de empresas no es algo tan simple, ambos autores coincidían en que la creación de empresas se basa en el desarrollo de un conjunto de factores que hacen posible la aparición de empresarios. Dentro de su modelo, estos autores identifican 3 fases por las que el individuo pasa con el fin de lograr el cometido de crear una empresa.

Figura 2

Modelo de la conducta empresarial



Nota: Elaboración basado en Shapero y Sokol, 1982.

Diez (2016) explica: “La decisión de iniciar una actividad emprendedora requiere de una creencia preexistente de que dicha actividad es anhelada y realizable, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor predominante” (p. 44). Mediante la presente figura las fases que proponen en base a la anterior investigación de Shapero y Sokol (1982), dentro de esto, los autores expresan tres fases por las cuales pasa el individuo para llegar a la creación de una empresa.

A. Fase previa.

Más conocida por Shapero y Sokol (1982) como la fase de los desplazamientos, asimismo, Ahuja et al. (2019) lo consideran como: “Los detonantes que generarían un cambio en la conducta o el comportamiento del individuo” (p. 9) en donde se engloba lo anteriormente explicado, aquellas experiencias ya sean positivas o negativas que podrían dar paso al nacimiento de un nuevo emprendedor y de que

este cree su empresa. Es de mucha importancia el análisis de estos desplazamientos puesto que en general son los que dan inicio al proceso de intención a emprender.

Estos autores plantean que los desplazamientos son el cambio de dirección de la vida de las personas, los cuales generan motivación y posteriormente la aparición de emprendedores, estos cambios, ya sean en lo personal o social de la persona, pueden ser positivos o negativos, por lo que su importancia recae en que podrían generar nuevos empresarios como también no. Al respecto, Alonso y Galve (2008) explican: “Es mucho más probable que los individuos constituyan sus empresas bajo un acontecimiento negativo que positivo” (p. 30). Los autores consideran que los empresarios suelen surgir al pasar por experiencias negativas, sin embargo, eso no significa que no se tomen en cuentas las experiencias positivas, pues considerando que estas hacen referencia al apoyo económico, también se deduce que los empresarios pueden surgir de estos llamados “desplazamientos”.

B. Fase de deseo.

La segunda fase, llamada fase de deseo, mencionado por Ahuja et al. (2019) como: “La deseabilidad percibida, que se refiere al atractivo de iniciar una empresa para un individuo. (...) La percepción de la deseabilidad está influenciada por la actitud, valores y sentimientos personales que resultan del entorno social de un individuo” (p. 9). Con esto se puede ver que se hace referencia a las nuevas conductas o sentimientos que pueda obtener un individuo frente a lo que ha visto en su entorno, esta fase va entrelazada con las características que en una primera investigación que desarrollo Shapero, pues como se menciona, este conjunto de actitudes podría ser desarrolladas en torno a lo que se vea en la sociedad o con las personas alrededor. Cabe resaltar que dentro de esta fase y para el desarrollo de lo que esta refiere, intervienen ciertos actores reconocido en el modelo de Shapero y

Sokol, como:

- Cultura. Destacándose dentro de esta el aprendizaje de valores o nuevos comportamientos adquiridos por la relación con la sociedad que rodea al individuo. La capacidad emprendedora puede desarrollarse gracias al involucramiento con los valores culturales pues la capacidad emprendedora, Vargas y Uttermman (2020) consideran que surge por: “La participación y condicionante de la sociedad en relación con las demandas y necesidades del mercado” (p. 714).
- Influencias familiares. Punto resaltante, pues se toma en consideración el hecho de que el apoyo familiar o las experiencias de los miembros, puede brindar mayor seguridad a un individuo y de esa manera despertar su intención a emprender. Así Santamaría et al. (2013) menciona: “Los empresarios de hecho suelen recurrir a familiares y amigos para obtener distintos tipos de ayuda” (p. 6).
- Relaciones amicales. Muy similar al punto anterior, Shapero y Sokol hacen referencia en este punto a los lazos que se tienen con los amigos, pues esto tienden a brindar apoyo moral y confianza al momento de crear una empresa. En tal sentido, Paunero (2014) menciona: “Es la capacidad de intercambio que generan los fuertes lazos con la familia y amigos, llegará a ser muy beneficioso para la creación de la nueva empresa a causa de las posibilidades de intercambio de conocimiento y la retroalimentación” (p. 11).
- Influencias profesionales. Centrándose netamente en la influencia del profesorado en la unidad de estudio, este punto deja a entrever la importancia que tiene las relaciones o influencias de los docentes en el deseo por crear una empresa de los individuos. Pues la Dirección General de Empresa e

Industria de la Comisión Europea (2014) menciona: “Los profesores desempeñan un papel protagonista [en la intención emprendedora], dado el fuerte impacto que tienen en los logros de sus alumnos” (p. 4).

C. Fase de acción.

Por último, la fase final es la fase de acción, en donde Ahuja et al. (2019) comentan: “Es la capacidad que sienten los individuos para iniciar una empresa (...) Los recursos humanos y financieros, por otro lado, influyen en la viabilidad percibida” (p. 9). En esta fase principalmente se toma la decisión de iniciar una empresa, analizando los recursos y posibilidades necesarios para ello, estos recursos ayudaran a que el individuo tome la decisión final de generar una empresa, pues si se tiene lo necesario se verá atractivo, más sin embargo si no se cuenta o es difícil adquirirlos no habrá motivación para hacerlo. Dentro de los factores que influyen en la fase de acción, tenemos los siguientes:

- Soportes financieros. Un factor muy importante para la fase de acción, los soportes financieros son un factor de suma importancia para los individuos que desean crear una empresa o emprendimiento pues se necesitan diversas fuentes de capital que puedan cubrir los costos y gastos que conlleva generar un negocio. Se toma en cuenta este punto considerando a García-Masías et al. (2018) quienes afirman: “Uno de los factores de mayor relevancia en la determinación del éxito o fracaso de un emprendimiento es el financiamiento” (p. 92). Cabe resaltar que siendo uno de los factores más importantes para la decisión de la creación de empresas, se conoce que es muy complicado para los emprendedores o empresarios conseguirlos.
- Recursos. En cuanto al tema de los recursos, se consideran tanto los tangibles (como el producto, los activos o la maquinaria), los intangibles (conocimientos,

habilidades o capacidades) y los humanos (personal) puesto que, en su conjunto, estos recursos determinaran la eficiencia de la empresa. Bien lo menciona Cabrera et al. (2016) quien indica: “Un factor importante para que el emprendimiento en una edad temprana se desarrolle con éxito, son los recursos con los que cuenta el emprendedor, ya sean estos temas financieros, habilidades o conocimientos” (p. 5)

- Formación académica. Dentro de este punto se considera más a la institución educativa, es decir que tanto involucramiento existe entre la malla curricular y el desarrollo para la creación de empresas y emprendimientos. Así como Garcia-Masias et al. (2018) mencionan: “La existencia de programas o mallas curriculares para formación de emprendedores en las universidades son la llave para expandir el bienestar socioeconómico de todos los estados” (p. 91).

Se pudo ver como en esta teoría se desarrollas distintas dimensiones que forman parte del proceso que se propone para la creación de nuevas empresas, factores bastante importantes y que se infiere que, en conjunto, al analizarlos, permitirá a los individuos a tomar mejores decisiones en respecto a nuevos negocios.

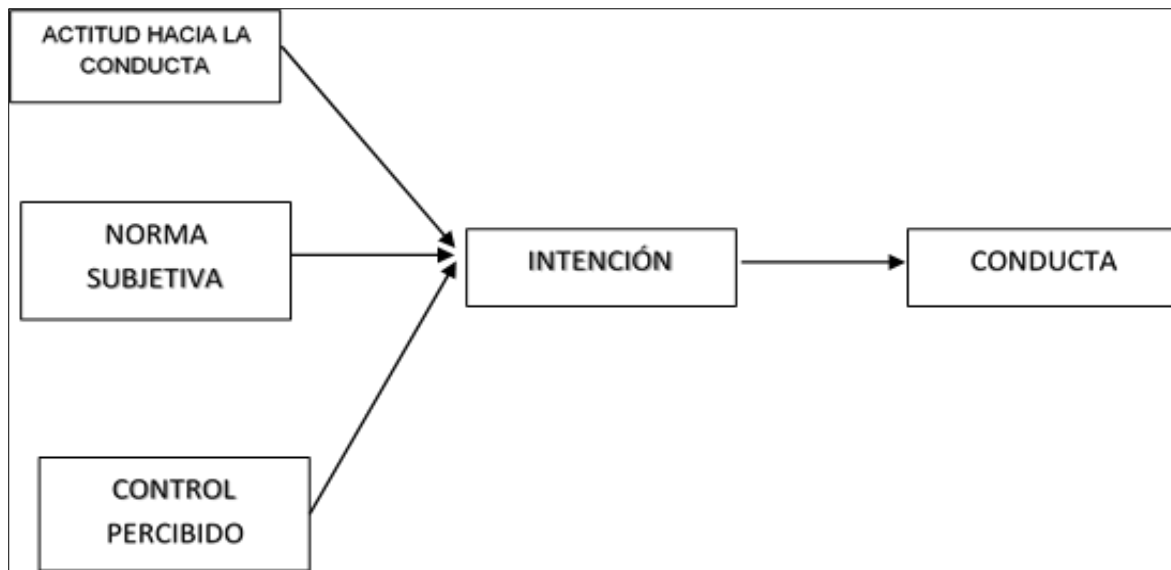
Teoría del comportamiento planificado.

Dentro de lo que respecta a la creación de empresas, se establece que el inicio de la actividad empresarial en una persona tiene mucho que ver con las actitudes o comportamientos que este pueda presentar, es por lo que muchas investigaciones has tomado la teoría de Ajzen, quien si bien es cierto fue un psicólogo social, plantea una teoría bastante sostenible y lo suficientemente relevante para ser utilizada en distintos ámbitos aparte de la psicología.

En el año 1975, Ajzen junto a Fishbein plantearon la *Teoría de la acción razonada*, la que hacía referencia a que el accionar de una persona estaba definido

por las intenciones o actitudes propias del individuo y de las opiniones que su entorno social tenía sobre ellas, los autores se referían al hecho de que estos dos pilares mencionados se combinaban para formar el comportamiento o conducta de un individuo frente a cualquier situación. Sin embargo, en este estudio hubo muchos puntos que no se tomaron en cuenta, es por lo que, en 1991, Ajzen hace una revisión de esta teoría y la corrige y refuerza de y a la manera que pueda estar completa para su uso en otras investigaciones, es ahí donde nace su *Teoría del comportamiento planificado*. Es esta teoría, el autor plantea que además de los pilares expresados en la teoría anterior que compartió con Fishbein, existe una nueva variante denominada el control percibido, el cual hace referencia al control que posee el individuo frente a su conducta, este índice lo considero en base a ciertas investigaciones que había reclutado, resaltando como la más importante la de Bandura (1982), quien explicaba como la conducta de los individuos estaba estrechamente relacionado con la confianza que tienen en ellos mismo, además de la habilidad para demostrarlo.

Esta nueva teoría planteada por el autor cumplía el mismo objetivo que la anterior, tal como Ajzen (1991) menciona: “Demostrar que general actitudes y rasgos de personalidad están implicados en el comportamiento humano, pero que su influencia sólo se puede discernir si se analizan de forma amplia, agregada muestras válidas de comportamiento” (p. 181). Ajzen tuvo entonces como objetivo el buscar respuestas para conocer el comportamiento humano y todos los factores que en este influían para acercar al individuo a la decisión de crear una empresa. Es así como el modelo de Ajzen quedo de la siguiente manera.

Figura 3*Teoría del comportamiento planificado*

Nota: Elaborado de acuerdo con Ajzen, 1991.

Como se puede visualizar, el autor plantea 3 elementos principales que son participes de la conducta del individuo.

A. Actitud hacia la conducta.

En primer lugar, se tiene a la actitud hacia la conducta, explicada como la variante en la que los individuos evalúan un comportamiento, en si se entiende más que nada como la creencia que tienen las personas en los resultados que generara una conducta.

Esto entendido por Davids (2017) quien menciona: “La actitud hacia el comportamiento tiene una influencia directa en la intención de comportamiento del individuo, donde una actitud orientada más positiva resulta una intención conductual más fuerte y una actitud más negativa resulta una intención conductual más débil” (p. 11), relacionando esto al tema de la creación de empresas, se entiende que hace referencia el planteamiento de expectativas en una idea, es decir lo que se esperaría lograr al tomar la decisión de crear un emprendimiento o empresa.

B. Norma subjetiva.

Como segundo punto en este modelo, se tiene a la norma subjetiva que hace referencia a las creencias o percepciones que tiene un individuo con respecto a las personas en su entorno, se entiende que la motivación para poner en práctica una conducta se ve influenciada por lo que la sociedad espera de uno, entre los miembros de la sociedad que más influyen en los niveles de motivación hacia un comportamiento en un individuo, se encuentran los familiares, compañeros de trabajo y amistades, estos personajes varían dependiendo de los que considere relevantes una persona.

De acuerdo con la teoría Ajzen (1991) el autor Davids (2017) menciona: “La motivación de un individuo para realizar un comportamiento es dependiente de esta percepción y, respectivamente, esto establece las normas subjetivas de un individuo” (p. 11). Una vez más orientando este punto a la construcción de nuevas empresas, se entiende que el individuo considera las opiniones de su sociedad en cuestión a si recibe el apoyo y motivación para iniciar con el proceso de la creación de una nueva empresa.

C. Control percibido.

En tercer lugar, se tiene el grado de control conductual percibido, esencialmente este punto se refiere a la confianza que tiene un individuo en realizar un comportamiento, esto considerando aquellos recursos que puedan influir, ya sea de manera positiva o negativa en este. Esta última variante refleja el grado en el que un individuo confía en sí mismo y el nivel de percepción que tiene en el poder de aquellos recursos que amenazan el éxito del comportamiento, que, en palabras de Davids (2017) menciona: “El control del comportamiento percibido está determinado por las creencias con respecto al grado de poder que el individuo ejerce sobre los

factores que pueden facilitar o impedir la realización de un comportamiento” (p. 11). Igualmente, relacionado ese punto a la realización de una empresa, podemos inferir que el control percibido hace referencia a los recursos que una persona pueda tener o necesitar para poner en marcha una empresa.

El conjunto de estos tres ítems mencionados por el autor es lo que determinará la realización de un comportamiento por parte de un individuo, cada uno de estas dimensiones tiene diferentes niveles de importancia, pero se conoce que mientras estas tres dimensiones tengan niveles altos en un individuo, la intención a realizar algún comportamiento o conducta es más positiva. Ahora, esto no quiere que todos los individuos tendrán los mismos niveles en cada una de las dimensiones, ya que según Ajzen (1991) estos pueden cambiar o variar dependiendo tanto de los comportamientos individuales como de las situaciones que se presenten.

Hasta aquí se ha podido analizar los dos modelos que se usan más en el estudio de la variable creación de empresas, estos modelos en general son de suma importancia para predecir o ahondar en la intención a crear de los individuos, se ha podido ver que ambas teorías tienen orientaciones bastante similares, pero algunos mejores desarrolladas que otras. Sin embargo, aún nos queda un autor de suma importancia, el cual también plantea un modelo para el proceso de creación de empresas, referimos al profesor José María Veciana.

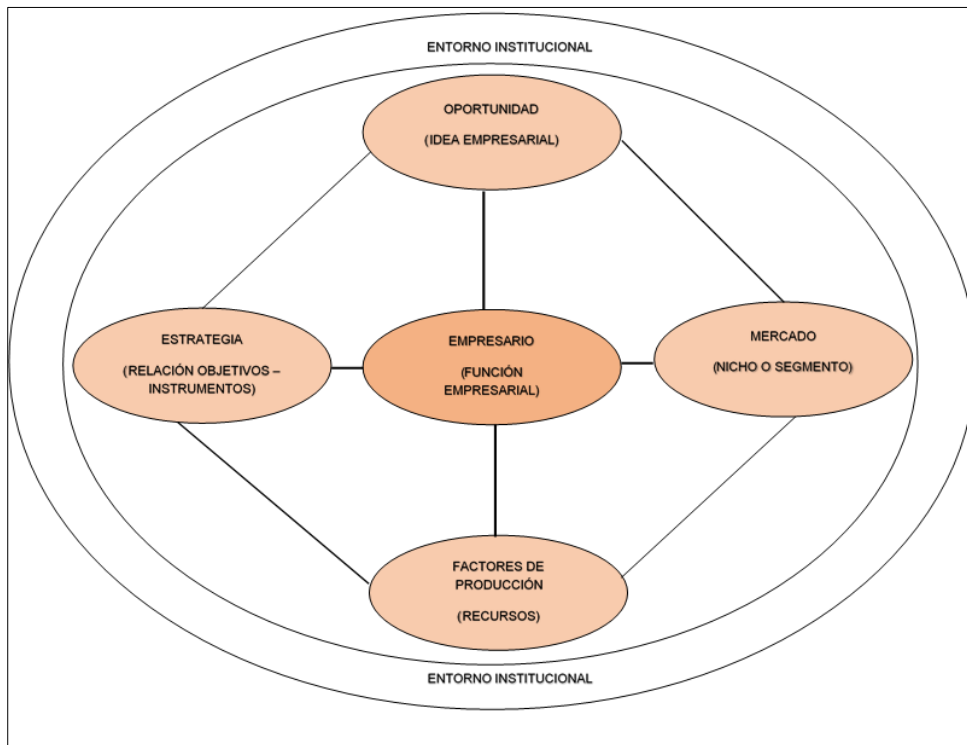
Este tercer autor explica su opinión acerca de lo que es para él la creación de empresas, partiendo del hecho de que una empresa no nace de la nada, Veciana (2005) establece que:

El punto de partida de una nueva empresa es siempre una IDEA. Para iniciar un negocio, abrir un comercio o ponerse a fabricar un determinado artículo, el futuro empresario debe tener una idea de negocio, la idea empresarial que

configura el objetivo, las actividades y la forma de la nueva empresa. Esta idea de negocio ha de estar basada en una oportunidad empresarial que significa que está orientada a una necesidad, latente o manifiesta, que el nuevo empresario quiera satisfacer a través de la nueva empresa. (p. 14)

Con esto el autor expresa que la creación de una empresa empieza con el hallazgo de una oportunidad de negocio, a lo que él llama la oportunidad empresarial, cuando un individuo identifica una necesidad insatisfecha, ha encontrado en esa situación una oportunidad en la cual desenvolverse como empresario. Una vez encontrada esta oportunidad se continua al paso más importante para crear una empresa, la idea, esa manera en la que se intentara satisfacer esa necesidad identificada, a todo esto, el autor lo conoce como la idea empresarial, aquella que ayudara a evaluar los diferentes puntos para iniciar una nueva empresa. Parte de lo que menciona Veciana da entender que la empresa no empieza solo cuando ingresa al mercado, sino que también se considera el inicio de esta desde el punto en el que se mantiene como idea, así como lo menciona Gennero et al. (2005), quien afirma: “Se reconoce de esta manera, que la creación de una empresa se inicia mucho antes que ella comience a operar en el mercado” (p. 13).

Se menciona entonces que la creación de una empresa inicia si con la idea y el aprovechamiento de una oportunidad de negocio, pero que justamente para esto último se necesita considerar una serie de factores claves en el desarrollo ya sea de productos o servicio. Es así como, en base a esta definición, el autor plantea un modelo de creación de empresas para comprender mejor a lo que se refiere con su concepto.

Figura 4*Modelo de la creación de empresas*

Nota: Gennero et al., 2005, p. 49.

Este es pues, el modelo planteado por Veciana, quien indica la interacción constante entre cinco dimensiones en el ámbito institucional. Cada una de estos enfocados en distintos puntos que influyen en el proceso para la creación de empresas.

- Oportunidad empresarial. Como bien se mencionó, este proceso parte desde el momento en el que se identifica la siendo esta la primera fase planteada por el autor, referida, como ya bien lo hemos comentado, al hallazgo de alguna necesidad insatisfecha. Pues bien, García y García (2008) mencionan: “El reconocimiento de la oportunidad de negocio debe ser entendido como un proceso o procesos cognitivos a través de los cuáles los individuos concluyen con la identificación de una oportunidad” (p. 111). Denotando que a pesar de parecer algo sencillo, el reconocer o encontrar una necesidad insatisfecha conlleva un proceso de análisis muy minucioso.

- Factores de producción. Como segunda dimensión en el proceso, en donde engloba aquellos recursos que serán necesarios para el aprovechamiento de la oportunidad empresarial, dentro de ellos tenemos a los recursos materiales, humanos y técnicos, los cuales se necesitan para generar un mejor refuerzo para la creación de nuevas empresas (Veciana, 2005).
- Mercado. Especificando que se refiere netamente al nicho o segmentos que se atacaran, pues es de suma importancia conocer a las personas a las que se orientara la idea, en las cuales se encuentra presente la necesidad insatisfecha identificada en la primera etapa, para conocer al mercado se realiza un estudio cuyo propósito, Pesantez (2012) menciona: “Ayudar a la toma de decisiones de una empresa que desea regenerar su servicio, lanzar un nuevo servicio o visualizar el estado actual del mismo en el mercado” (p. 15).
- Estrategia. Como cuarto paso, en donde el nuevo empresario plantea la forma en la que realizara las acciones para aprovechar la oportunidad de negocio, es decir las estrategias que se usaran para volver exitoso el negocio. Se refiere más que nada a la planificación de todas las actividades necesarias a realizarse para el éxito de la empresa, estas decisiones para el proyecto suelen ser los lugares, tiempos, actividades y procesos a seguir para que el inicio de la empresa tenga una buena marcha (Palacios, 2015).
- El empresario. Dentro del modelo fue colocado en la parte media, puesto que el empresario será aquel individuo que influirá en cada uno de los pasos ya antes mencionados, este individuo deberá estar dotado de conocimientos y cualidades que lo hagan capaz de llevar a cabo cada paso dentro del proceso. Palacios (2015) menciona: “El éxito del empresario depende más de su desempeño que de sus rasgos particulares, es decir, de aquello que hace, de

las habilidades que posee y utiliza” (p. 1).

Para este modelo, el autor también destaca que todo este proceso, llamado función empresarial, utiliza dos elementos fundamentales como base, la innovación y la asunción de riesgo.

El primer pilar que describe el autor viene a ser la innovación, que la describe como Veciana (2005) menciona: “La puesta en práctica de ideas creadoras en forma de nuevos productos, procedimientos, sistemas, soluciones de problemas es el punto de partida de toda nueva empresa y la base de las existentes. Requiere intuición, creatividad e imaginación” (p. 17). El autor considera este elemento como fundamental porque es el que dará originalidad a una idea al plantear ya como algo concreto, siendo que estos pilares influyen distintas cualidades que harán posible su desarrollo.

Como segundo elemento fundamental, se tiene a la asunción de riesgo, en el que el autor menciona la definición de este ítem en base a opinión de otros autores quienes lo describen como esa capacidad que posee un individuo de asumir el papel de responsable ante las consecuencias que pueda generar el proceso empresarial (Veciana, 2005). En otros trabajos definiciones similares de este ítem, por lo que se entiende que se refiere a como una persona asume el compromiso y responsabilidad de lo que pueda suceder al poner en marcha una empresa.

2.3. Definición conceptual de la terminología empleada

Competencias de gestión empresarial

Conjunto de capacidades que posee una persona para encontrar soluciones frente a la aparición de problemas o contingencias en el ámbito laboral, es decir en la gestión de la empresa. Las competencias de gestión empresarial están ligadas netamente al manejo de la empresa.

Competencias personales

Capacidades tanto psicológicas, físicas o conductuales que posee o desarrolla una persona para el alcance de la autorrealización. Estas competencias están orientadas al alcance de la superación propia de la persona.

Competencias sociales

Características o habilidades propias de la persona que permiten su correcta interacción con otros individuos y en si con el mundo a su alrededor. Estas competencias facilitan el desenvolvimiento de una persona en la sociedad y en cómo se integra a ella.

Creación de empresas

La creación de empresas conlleva un conjunto de factores o características que conforman un proceso a seguir, cada uno de los pasos que se podrían establecer en un proceso para la creación de empresas es de vital importancia, he ahí el por qué no se puede intervenir o cambiarlos tan sencillamente, dentro de estos procesos intervienen factores psicológicos, culturales y sociales.

Creatividad

Habilidad de inventar cosas novedosas. Hace referencia al hecho de generar nuevas ideas o conceptos y a su vez tener la capacidad de plantear soluciones ingeniosas para las posibles complicaciones que se presenten.

Cualidades empresariales

Características tanto personales como profesionales que convergen para llevar a cabo procesos netamente empresariales que tendrán como fin el alcance de objetivos de manera eficiente. Estas cualidades están asociadas a la creatividad o la iniciativa, demostrando así que buscan la innovación en los procesos empresariales o gerenciales.

Espíritu emprendedor

Es la actitud que tienen los individuos a través del desarrollo de un conjunto de competencias y cualidades, adquiridos con el fin de alcanzar objetivos o metas planteada, ya sean personales o profesionales.

Emprendedor

Es aquel individuo que identifica una oportunidad innovadora de negocio y la desarrolla asumiendo la responsabilidad de los riesgos que esta pueda presentar. El emprendedor se destaca por ser innovador y creativo como también valiente.

Empresa

La empresa es la unidad organizacional que se creó como fruto de una idea de negocio materializada, es el lugar donde los individuos se relacionan y trabajan en procesos para el alcance de objetivos

Empresario

Persona que utiliza una idea de negocio ya existe o ingresa a un sector de mercado ya explotado con un valor agregado ya sea a su producto o servicio, con el fin de generar, principalmente, beneficios económicos en el menor tiempo posible

Fase de acción

En esta fase principalmente se toma la decisión de iniciar una empresa, analizando los recursos y posibilidades necesarios para ello, estos recursos ayudaran a que el individuo tome la decisión final de generar una empresa, pues si se tiene lo necesario se verá atractivo, más sin embargo si no se cuenta o es difícil adquirirlos no habrá motivación para hacerlo.

Fase de deseo

Son las nuevas conductas o sentimientos que pueda obtener un individuo frente a lo que ha visto en su entorno, esta fase va entrelazada con las características

que necesarias para la creación de empresas, este conjunto de actitudes es desarrollada en torno a lo que se vea en la sociedad o con las personas con las que se está relacionada, como los amigos o la familia.

Fase previa

Se engloban aquellas experiencias ya sean positivas o negativas que podrían dar paso al nacimiento de un nuevo emprendedor y de que este cree su empresa. Esta fase hace referencia a los acontecimientos vividos por el individuo que determinaran su comportamiento o actitud frente al deseo de crear una empresa

Iniciativa

La iniciativa significa que la persona actúe por propia voluntad y sin ninguna influencia externa, es una cualidad que permite a los emprendedores dar el primer paso a concretar sus ideas.

Innovación

La innovación es aquella habilidad que le permite al emprendedor mejorar ciertos detalles en los productos o servicios que permitan volverlos más atractivos para el público. Es materializar una idea novedosa para generar mejores beneficios.

Motivación

Es la actitud positiva que poseen los emprendedores para realizar cualquier acto. La motivación está muy ligada al tema del alcance de objetivos o metas pues, en general, es lo que más permite a los emprendedores a arriesgarse.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El presente estudio se considera de tipo básica, pues en ella se busca rescatar toda la información posible sobre un tema, con el objetivo de conocer más acerca del mismo y de los problemas encontrados, tal como Ñaupas et al. (2018) afirma: “La investigación pura, básica o sustantiva, recibe el nombre de pura porque en efecto no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la simple curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos” (p. 134). En base a este planteamiento, se afirma que, siguiendo el tipo básico de investigación, el estudio busca describir y recopilar la mayor cantidad de datos para y con el planteamiento de hipótesis, llegar a las respuestas a las dudas identificadas.

Para el nivel de la investigación, se ha tomado la decisión de aplicar un nivel correlacional, pues se busca encontrar si existe una relación significativa entre las variables estudiadas. Así como Hernández y Mendoza (2018) mencionan: “Es el tipo de estudios que tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra y contexto en particular” (p. 109). Visto desde este punto, es correcto calificar el proyecto con este nivel de investigación, planteando evidenciar la relación, midiendo las variables con pruebas estadísticas.

La presente investigación se considera un enfoque cuantitativo, el cual, Hernández y Mendoza (2018) mencionan: “Es apropiado cuando queremos estimar las magnitudes u ocurrencia de los fenómenos y probar hipótesis” (p. 6), lo más resaltante de este tipo de investigaciones es que al seguir un proceso ordenado, las variables nacen luego de determinar las hipótesis, y muy aparte de ello también se conoce que en los estudios cuantitativos se pueden medir las variables en un

determinado contexto y se logran así analizar estadísticamente. Estas son las razones principales por las que se estableció esta investigación como una con enfoque cuantitativo.

Diseño de investigación

El diseño utilizado en esta investigación se define como no experimental, debido al el hecho de que no se van a emplear procesos que alteren las variables involucradas, sino que solamente se observará y analizará el comportamiento de ambas variables en su ámbito común. Esto, sustentado por Hernández y Mendoza (2018) quienes indican que las investigaciones no experimentales: “Se realizan sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 174). En base a este concepto fue que se tomó de analizar las variables con este diseño, uno no experimental, en la que observaremos como ser comportan las variables de espíritu emprendedor y creación de empresas en el ámbito en el que los queremos analizar, en este caso el institucional.

Se establece también que esta investigación seguirá un corte transaccional o transversal, que de acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) estas: “Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (p. 176). Se opta por este corte de investigación puesto que solo se recogerán datos de un tiempo definido, esta investigación solo se centrará en explicar y describir el movimiento de las variables y la relación que podría o no existir entre ellas en un momento planteado.

Por lo tanto, esta investigación se orienta a la obtención de datos precisos acerca del comportamiento de la variable dependiente frente a la independiente en el grupo que será tomado como muestra para aplicar los métodos de recolección de datos.

3.2. Población y muestra

Población

Considerando que una población es un conjunto de individuos agrupado en un espacio geográfico específico y que coinciden en ciertos rasgos o características, tal como Hernández y Mendoza (2018) mencionan: “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones” (p. 198). Tomando en cuenta ello se establece la como óptima población para la presente investigación a los 97 alumnos de décimo ciclo la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú durante el año 2021.

Se delimitó esta cantidad para la población tomando en consideración los siguientes criterios de inclusión (Alumnos de la Escuela de Administración de Empresas, alumnos cursando el décimo ciclo, alumnos que tengan todos sus cursos académicos habilitados en el semestre 2021 y alumnos próximos a egresar en el semestre 2021).

Muestra

Tomando en cuenta que la investigación es de enfoque cuantitativo, se consultó en diferentes fuentes el tipo de muestra a utilizar, con lo cual se llegó a la conclusión de que el tipo de muestra es no probabilístico, pues la muestra se delimitó tomando en consideración la perspectiva del investigador, pues se seleccionaron aquellos alumnos de la población que deseen y puedan participar en la investigación en el tiempo establecido para la recolección de datos.

Esta decisión de selección de muestra se mantiene por el aporte de Hernández y Mendoza (2018) quienes afirman: “Las muestras no probabilísticas suponen un procedimiento de selección orientado por las características y contexto de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (p. 215). Esta

viene a ser la opinión más acertada del tipo de muestra que se quiere seguir puesto que existen ciertos criterios esenciales que caracterizan a la población seleccionada.

Se toma entonces, como parte del muestreo no probabilístico, una selección con técnica de muestreo por conveniencia, un tipo de muestra no probabilística que es bastante común en este tipo de estudios, puesto que se busca acceder a la muestra óptima en base a las relaciones que tengan con el investigador, como son alumnos de la misma escuela que la investigadora. Considerando a Otzen y Manterola (2017) quienes indican que esta técnica de muestreo: “Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p. 230).

De la mano del tipo y técnica de muestreo, se plantea aplicar la fórmula para muestra finita que es usada para el cálculo del tamaño de muestra cuánto se tiene previo conocimiento del tamaño de la población, pues se espera establecer un nivel de confianza alto en cuanto a la cantidad de alumnos partes de la muestra que beneficie y asegure el correcto desarrollo y análisis de las inferencias estadísticas.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Población	N	96
Nivel de confianza	Z	1.95
Proporción de la población	p	0.5
Complemento de la proporción de la población	q	0.5
Nivel de precisión	d	0.05
Tamaño de la muestra	n	76.84

Como se ha podido ver, con la aplicación de la fórmula para estimar la muestra, con un 95% de confianza, dio como resultado la cantidad óptima de individuos de nuestra población a los que se debe estudiar. Con estos datos se determina que la

muestra será de 77 alumnos, en este caso aquellos que se encuentran cursando el 10no ciclo de la escuela de Administración de Empresas en la Universidad Autónoma del Perú en Villa El Salvador en el semestre 2021.

3.3. Hipótesis

Hipótesis general

El espíritu emprendedor tiene una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Hipótesis específicas

Las competencias de gestión empresarial tienen una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Las competencias personales tienen una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Las competencias sociales tienen una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Las cualidades empresariales tienen una relación positiva con la creación de empresas de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

3.4. Variables – Operacionalización

Definición conceptual del espíritu emprendedor

Salinas et al. (2013) establece que: “El espíritu o iniciativa emprendedora no se debe considerar únicamente como un medio para crear una empresa, sino como

una actitud general que puede ser de utilidad en la vida diaria o en el desarrollo de cualquier actividad profesional” (p. 9).

Definición operacional del espíritu emprendedor

También llamado actitud emprendedora, ya que es aquel comportamiento que poseen las personas para alcanzar ciertos objetivos que se tiene planteado. El espíritu emprendedor se mide considerando las 4 dimensiones que indican los teóricos, así como 14 indicadores que permitieron construir una prueba de 33 ítems.

Tabla 3

Operacionalización de la variable espíritu emprendedor

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Competencias de gestión empresarial	- Planificación	1 al 9		Bajo [18 - 26> Regular <26- 31] Alto [31 - 35]
	- Toma de decisión			
	- Comunicación			
Competencias sociales	- Voluntad a asumir responsabilidades	10 al 18	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo [18 - 27> Regular <27- 32] Alto [32 - 35]
	- Cooperar			
	- Trabajo en equipo			
	- Asumir nuevos papeles			
	- Autoconfianza			
Competencias personales	- Motivación para actuar	19 al 26		Bajo [25 – 35> Regular <35 - 41] Alto [41 - 45]
	- Pensamiento crítico			
	- Aprendizaje autónomo			
Cualidades empresariales	- Creatividad	27 al 33		Bajo [21 - 26> Regular <26 - 32] Alto [32 - 35]
	- Iniciativa personal			
	- Asunción de riesgos			

Definición conceptual de la creación de empresas

Murulanda et al. (2019) lo definen como: “El proceso de formación de empresa, es producto de la decisión de un cambio de vida y la decisión de iniciar una compañía. La decisión de cambio de vida surge de la desestabilización que generan situaciones negativas o positivas” (p. 154).

Definición operacional de la creación de empresas

La creación de empresas conlleva un conjunto de factores o características que conforman un proceso a seguir, cada uno de los pasos que se podrían establecer en un proceso para la creación de empresas es de vital importancia. Esta variable se mide considerando las 3 dimensiones que indican los teóricos, así como 10 indicadores que permitieron construir un cuestionario de 33 ítems.

Tabla 4

Operacionalización de la variable creación de empresas

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Fase previa	- Desplazamientos negativos	1 al 9	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo [19 - 26>
	- Desplazamientos positivos			Regular <26 - 31]
Fase de deseo	- Experiencias personales	10 al 22	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto [31 - 35]
	- Cultura			Bajo [33 – 44>
	- Influencias familiares			Regular <44 - 55]
Fase de acción	- Relaciones amicales	23 al 33	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto [55 - 60]
	- Influencia profesional			Bajo [20 - 28>
	- Soporte financiero			Regular <28 - 35]
	- Recursos			Alto [35 - 35]
	- Formación académica			

3.5. Métodos y técnicas de investigación

Métodos de investigación

Se hizo una revisión a diferentes definiciones, de las cuales se recuperó la que expresa su concepto es el método hipotético deductivo que fue considerado el más adecuado para la efectividad de la investigación. Es así como se considera a Cegarra (2004) quien afirma: “Es el camino lógico para buscar solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas” (p. 82).

Como bien expresa el autor, este método consta de establecer las llamadas hipótesis, ya sean positivas o negativas, frente a interrogantes que se hayan encontrado sobre un tema. Estas se establecen con el fin de ser verificadas en base a estudios que permitirán comprender todos los datos necesarios para brindar respuestas a las interrogantes planteadas. Es por esta definición que se considera este método como el adecuado para la investigación, puesto que se están estableciendo ciertas hipótesis basadas en los problemas establecidos con la finalidad de encontrar si son aceptadas o no como solución a estos problemas.

Técnica de investigación

Establecer un método no es lo único que garantiza una investigación efectiva, para lograr un mejor manejo de la información, se establecen algunas técnicas tanto de recolección como de medición de datos con el fin de que esta investigación pueda tener una buena sustentación científica con respecto a los datos que se puedan obtener.

La técnica de medición de datos que se usó en esta investigación fue la encuesta con una escala de Likert. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018)

menciona: “Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes” (p. 238).

Este instrumento de medición es uno de los más utilizados en distintas investigaciones por la precisión que presenta al evaluar la actitud de los individuos frente a las variables o situaciones que se le presentan. Tal como lo menciona el autor, en esta técnica se espera presenciar la reacción de los individuos frente a las cuestiones que se les planteen y en qué nivel se sienten identificados con este, considerando que la técnica de recolección de datos vendría a ser la encuesta, el escalamiento de Likert sería la técnica de medición que se utilizarían de la mano con esta para conseguir mejores resultados.

Se toma también en consideración como técnica de medición, a la observación, esto considerando la opinión de Gómez (2009) quien afirma: “La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos, conductas manifiestas y de los contenidos de las comunicaciones verbales y no verbales (gestuales) de los sujetos de estudios” (p. 19). Según esta definición se observa que la observación es una técnica orientada a evaluar la conducta de los individuos a estudiar, para el caso de los estudios con enfoque cuantitativo, se centra en contar cuantas veces coinciden las conductas o comportamientos de los individuos frente a las situaciones que se le puedan plantear. Es por ello que se considera como un punto que le brinda más valor a la medición que se pueda hacer de las variables de esta investigación.

3.6. Descripción de los instrumentos utilizados

Instrumento I: Cuestionario para el espíritu emprendedor

Nombre : Cuestionario del espíritu emprendedor

Autor : Catherine Antonella Ortiz López

Procedencia	: Perú
Administración	: Auto administrado individual y por envío
Duración	: 10 – 15 min
Aplicación	: Alumnos de la EPAE la Universidad Autónoma del Perú
Materiales	: Hoja de preguntas y lapicero

Descripción

Este cuestionario tiene como finalidad medir las 4 dimensiones establecidas para la variable espíritu emprendedor, siendo estas las competencias de gestión empresarial, las competencias sociales, las competencias personales y las cualidades gerenciales. Tomando en cuenta cada uno de los indicadores de estas variables, se establecieron 2 ítems para cada uno de ellos, dando un total de 27 ítems ordenadamente planteados para mejor entendimiento y evaluación. De igual manera, cabe resaltar que la escala que se usó para calificar cada uno de estos ítems, fue la escala de medición de Likert, cuyo modelo consta de un total de 5 posibles respuestas.

Normas de aplicación

Se ha establecido que la investigación sigue un formato de autoadministración, es decir que cada individuo responderá la encuesta que se le brindará, siendo esta presentada de manera individual, por lo que cada persona podrá mostrar su conducta frente a los ítems planteados. Los datos solo serán utilizados como aporte a la investigación y dentro de los criterios para la evaluación de estos ítems se tomó en cuenta los criterios que forman parte del modelo establecido en la escala de Likert. 1 (nunca), 2 (casi nunca), 3 (a veces), 4 (casi siempre) y 5 (siempre).

Normas de calificación

Para el análisis de los datos obtenidos se sumaron los puntajes de los ítems

por variable y a su vez los puntajes de los ítems agrupados por dimensión se procederán a ubicar en una tabla para evaluarlos y conocer el espíritu emprendedor y sus dimensiones.

Instrumento II. Cuestionario para la creación de empresas

Nombre	: Cuestionario de la creación de empresas
Autor	: Catherine Antonella Ortiz López
Procedencia	: Perú
Administración	: Auto administrado individual y por envío
Duración	: 10 – 15 min
Aplicación	: Alumnos de la EPAE la Universidad Autónoma del Perú
Materiales	: Hoja de preguntas y lapicero

Descripción

Este cuestionario tiene como finalidad medir las tres dimensiones establecidas para la variable creación de empresas, siendo estas calificadas como fases. La fase previa, la fase de desea y la última fase llamada fase de acción. Tomando en cuenta cada uno de los indicadores de estas variables, se establecieron 2 ítems para cada uno de ellos, dando un total de 24 ítems ordenadamente planteados para mejor entendimiento y evaluación. De igual manera, cabe resaltar que la escala que se usó para calificar cada uno de estos ítems, fue la escala de medición de Likert, cuyo modelo consta de un total de 5 posibles respuestas.

Normas de aplicación

Se ha establecido que la investigación sigue un formato de autoadministración, es decir que cada individuo responderá la encuesta que se le brindará, siendo esta presentada de manera individual, por lo que cada persona podrá mostrar su conducta frente a los ítems planteados. Los datos solo serán utilizados como aporte a la

investigación y dentro de los criterios para la evaluación de estos ítems se tomó en cuenta los criterios que forman parte del modelo establecido en la escala de Likert. 1 (nunca), 2 (casi nunca), 3 (a veces), 4 (casi siempre) y 5 (siempre).

Normas de calificación

Para el análisis de los datos obtenidos se sumaron los puntajes de los ítems por variable y a su vez los puntajes de los ítems agrupados por dimensión se procederán a ubicar en una tabla para evaluarlos y conocer la orientación a la creación de empresas y las dimensiones que comprende.

3.7. Análisis estadístico e interpretación de los datos

Los procesos estadísticos se desarrollaron en función de los siguientes procesos:

Primero, se elaboró una base de datos considerando los puntajes recogidos de la muestra, esta base de datos se desarrolló en el paquete estadístico SPSS versión 26.

Segundo, se desarrolló el análisis de confiabilidad considerando el estadístico alfa de Cronbach puesto que sus ítems presentan una escala de alternativas múltiples.

Tercero, se desarrollaron los procesos descriptivos de las variables como de las dimensiones, asimismo, se desarrollaron las tablas de contingencia entre las variables de análisis.

Cuarto, se desarrolló la prueba de normalidad para determinar el estadístico adecuado para la prueba de hipótesis.

Quinto, finalmente, se desarrolló la prueba de hipótesis que permitió cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS

RESULTADOS

4.1. Validez de los instrumentos

Validez del instrumento de espíritu emprendedor

El criterio utilizado para confirmar la validez del instrumento para la variable espíritu emprendedor fue el de juicio de expertos, en el cual se buscaron a expertos tanto de tipo temático, metodológico y estadístico, los cuales luego de una exhaustiva revisión, establecieron la validez del contenido del cuestionario y su aplicación para el recojo de datos.

Tabla 5

Resultados de la validación del cuestionario de espíritu emprendedor

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Aplicable
Mag. Jorge Alonso Ramos Chang	Aplicable
Mag. Mario Edgart Chura Alegre	Aplicable

Validez del instrumento de creación de empresas

El criterio utilizado para confirmar la validez del instrumento para la variable creación de empresas fue el de juicio de expertos, en el cual se buscaron a expertos tanto de tipo temático, metodológico y estadístico, los cuales luego de una exhaustiva revisión, establecieron la validez del contenido del cuestionario y su aplicación para la recolección de datos.

Tabla 6

Resultados de la validación del cuestionario de creación de empresas

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Aplicable
Mag. Jorge Alonso Ramos Chang	Aplicable
Mag. Mario Edgart Chura Alegre	Aplicable

Estos resultados de las tablas indican que los ítems considerando en los cuestionarios realmente miden las variables que indican o desean medir siendo los adecuados para su prueba de consistencia interna.

4.1.1. Análisis de fiabilidad

Fiabilidad del instrumento de espíritu emprendedor.

Al haberse realizado el instrumento de la variable espíritu emprendedor utilizando el método de medición de Likert, se entiende que el cuestionario tiene una escala polinómica por lo que se aplicó el estadístico de alfa de Cronbach.

Tabla 7

Análisis de fiabilidad del instrumento de espíritu emprendedor

Alfa de Cronbach	N de elementos
,922	30

La tabla 7 muestra que existe una confiabilidad bastante buena para la recolección de datos de este instrumento, ya que el resultado del estadístico alfa de Cronbach arroja un 0.922, dato que se encuentra dentro del rango aceptable expresado por Ñaupas et al. (2018) quienes consideran que el coeficiente mínimo para una confiabilidad es de 0.66 y el máximo es 1, por lo que mientras más cerca del 1 estén los resultados, más perfecta será la confiabilidad.

Tabla 8

Resultados de fiabilidad de las dimensiones de espíritu emprendedor

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N Elementos
Competencias de gestión Empresarial	0.749	7
Competencias sociales	0.826	7
Competencial personales	0.819	9
Cualidades empresariales	0.821	7

En la tabla 8 se muestra un resumen de la fiabilidad del contenido de las dimensiones del cuestionario para la primera variable espíritu emprendedor. Los resultados arrojan un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.749 para la primera dimensión competencias de gestión empresarial; 0.826 para competencias sociales; 0.798 en competencias personales; y 0.821 en la última dimensión cualidades

empresariales. Denotando que estos resultados se encuentran dentro del rango aceptable para una confiabilidad alta.

Fiabilidad del instrumento de creación de empresas.

Al haberse realizado el instrumento de la variable creación de empresas utilizando el método de medición de Likert, se entiende que el cuestionario tiene una escala polinómica por lo que se aplicó el estadístico de alfa de Cronbach.

Tabla 9

Análisis de fiabilidad del instrumento de creación de empresas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,915	28

La tabla 9 muestra que existe una confiabilidad bastante buena para la recolección de datos de este instrumento, ya que el resultado del estadístico alfa de Cronbach arroja un 0.915, dato que se encuentra dentro del rango aceptable expresado por Ñaupas et al. (2018) quien considera que el coeficiente mínimo para una confiabilidad es de 0.66 y el máximo es 1.

Tabla 10

Resultados de fiabilidad de las dimensiones de creación de empresas

Dimensiones	Alfa de Cronbach	Nro. Elementos
Fase previa	0.686	7
Fase de deseo	0.903	12
Fase de acción	0.812	9

En la tabla 10 se muestra un resumen de la fiabilidad del contenido de las dimensiones del cuestionario para la segunda variable creación de empresas. Los resultados arrojan un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.653 para la primera dimensión fase previa; 0.903 para la fase de deseo; y 0.812 en la última dimensión fase de acción. Denotando que estos resultados se encuentran dentro del rango aceptable para una confiabilidad alta, es decir dentro del 0.66 a 1.

4.2. Resultados descriptivos de las variables

Resultados descriptivos de la variable espíritu emprendedor

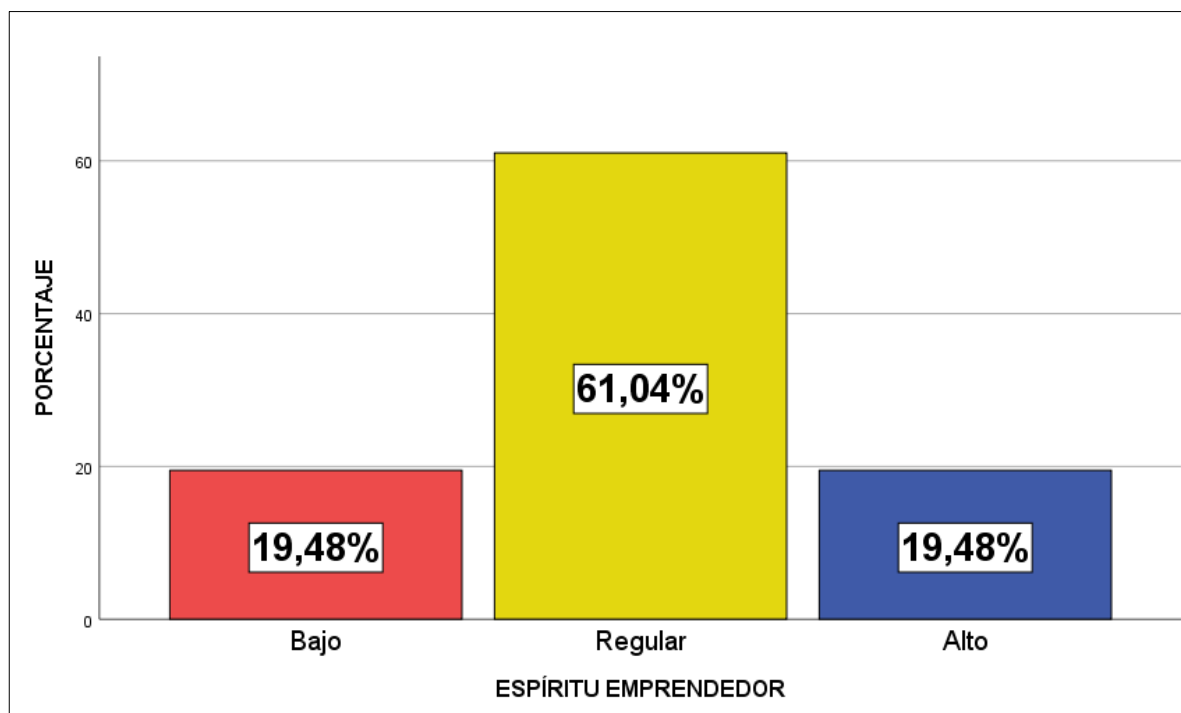
Tabla 11

Análisis descriptivo de la variable espíritu emprendedor

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	15	19,5
Regular	47	61,0
Alto	15	19,5
Total	77	100,0

Figura 5

Análisis descriptivo de la variable espíritu emprendedor.



En la tabla 11 y la figura 5, se puede observar que 47 de los alumnos encuestados que representan 61.04% de la muestra, manifiestan poseer niveles regulares de espíritu emprendedor, mientras que 15 de ellos, representando 19.48% de la muestra, consideran sus niveles de espíritu emprendedor como bajos y finalmente, los 15 restantes que representan los 19.48% restantes de la muestra, consideran sus niveles de espíritu emprendedor como altos. Esto deja en evidencia

que existe un problema, pues se denota que los alumnos no han recibido una buena orientación de las competencias y cualidades necesarias para desarrollar un alto nivel de espíritu emprendedor, esto viéndose reflejado en los niveles bajos o regulares que presentan con respecto a esta variable.

Resultados descriptivos de la variable creación de empresas

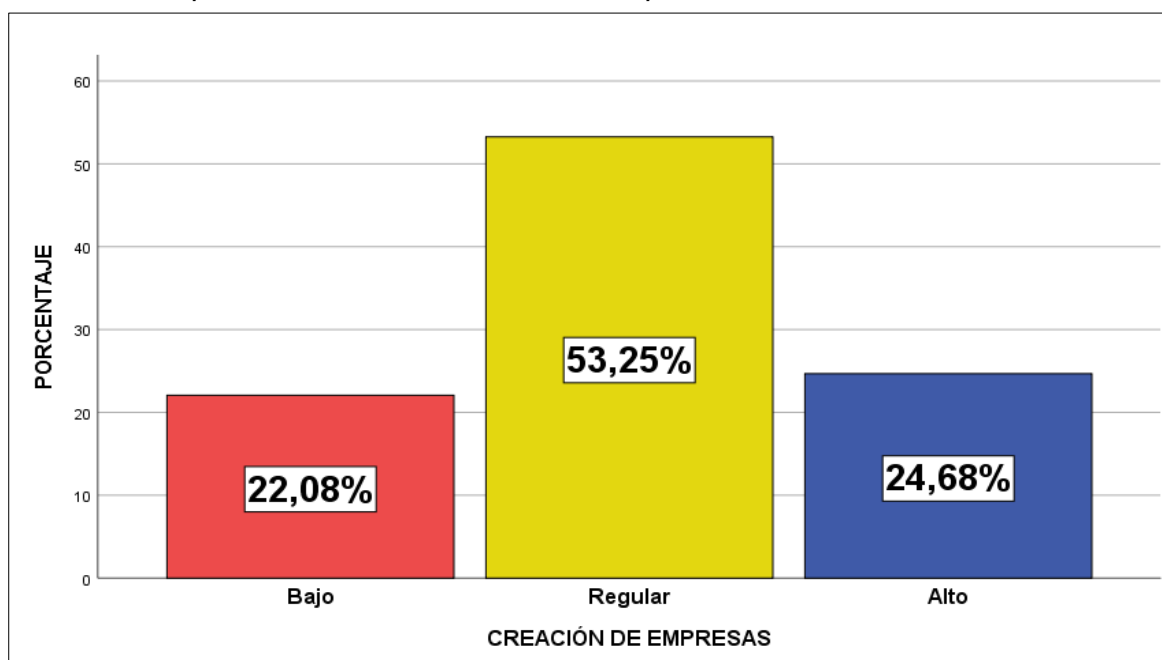
Tabla 12

Análisis descriptivo de la variable creación de empresas

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	17	22,1
Regular	41	53,2
Alto	19	24,7
Total	77	100,0

Figura 6

Análisis descriptivo de la variable creación de empresas



En la tabla 12 y la figura 6, se puede observar que 41 de los alumnos encuestados que representan 63.25% de la muestra, manifiestan poseer niveles regulares en su orientación a la creación de empresas, mientras que 19 de ellos, representando 24.68% de la muestra, consideran su orientación a la creación de

empresas en niveles altos y finalmente, los 17 restantes que representan los 22.08% restantes de la muestra, consideran que su orientación a la creación de empresas es baja. Estos resultados permiten ver como existe un problema con respecto a esta variable, al ver en su mayoría, niveles regulares en cuanto a las conductas hacia la creación de empresas, por lo que se entiende que, a pesar de la constante motivación dentro de la escuela, los alumnos no adoptaron conductas hacia la creación de empresas denotando una deficiencia en la manera en la que se les orientó o guio.

4.3. Resultados descriptivos de las dimensiones

Resultados descriptivos de las dimensiones de espíritu emprendedor

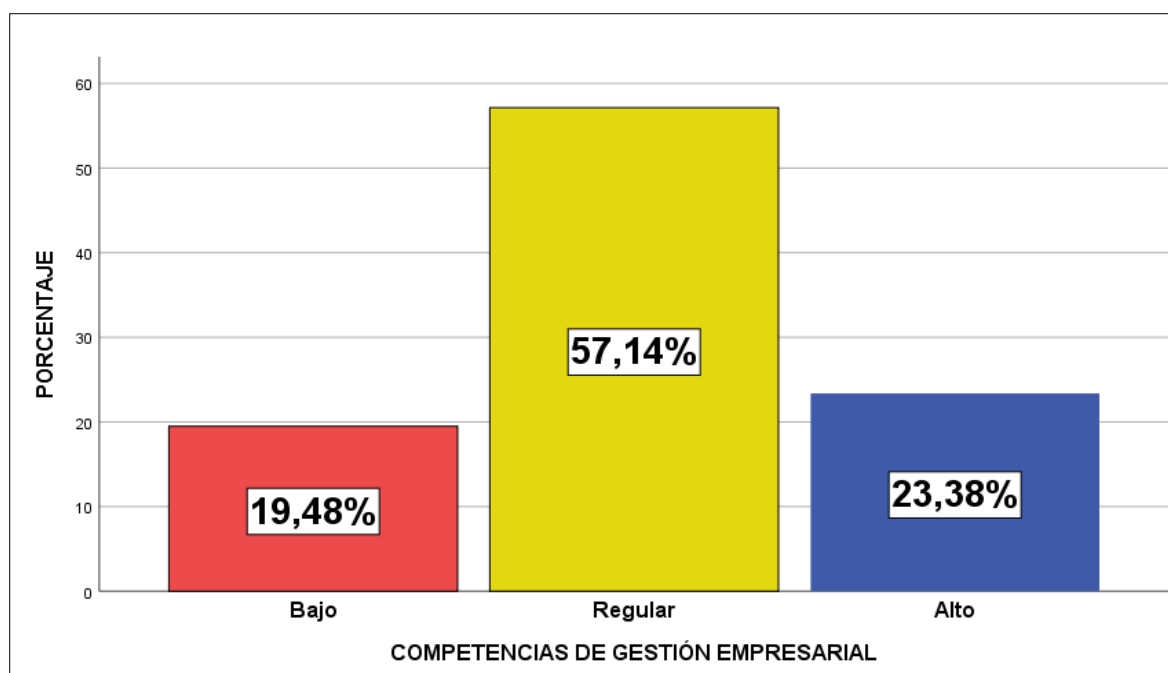
Tabla 13

Análisis descriptivo de la dimensión competencias de gestión empresarial

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	15	19,5
Regular	44	57,1
Alto	18	23,4
Total	77	100,0

Figura 7

Análisis descriptivo de la dimensión competencias de gestión empresarial



En la tabla 13 y la figura 7, se puede observar que 44 de los alumnos encuestados que representan 57.14% de la muestra, manifiestan poseer regulares competencias de gestión empresarial, mientras que 18 de ellos, representando 23.38% de la muestra, consideran sus competencias de gestión empresarial como altas y finalmente, los 15 restantes que representan los 19.48% restantes de la muestra, consideran sus competencias de gestión empresarial como bajas. Vemos entonces la existencia de un problema, al evidenciar como la mayoría de los alumnos consideran como regular sus competencias de gestión empresarial, es decir, no han presentado experiencias en las cuales ponerlas en práctica o desarrollarla.

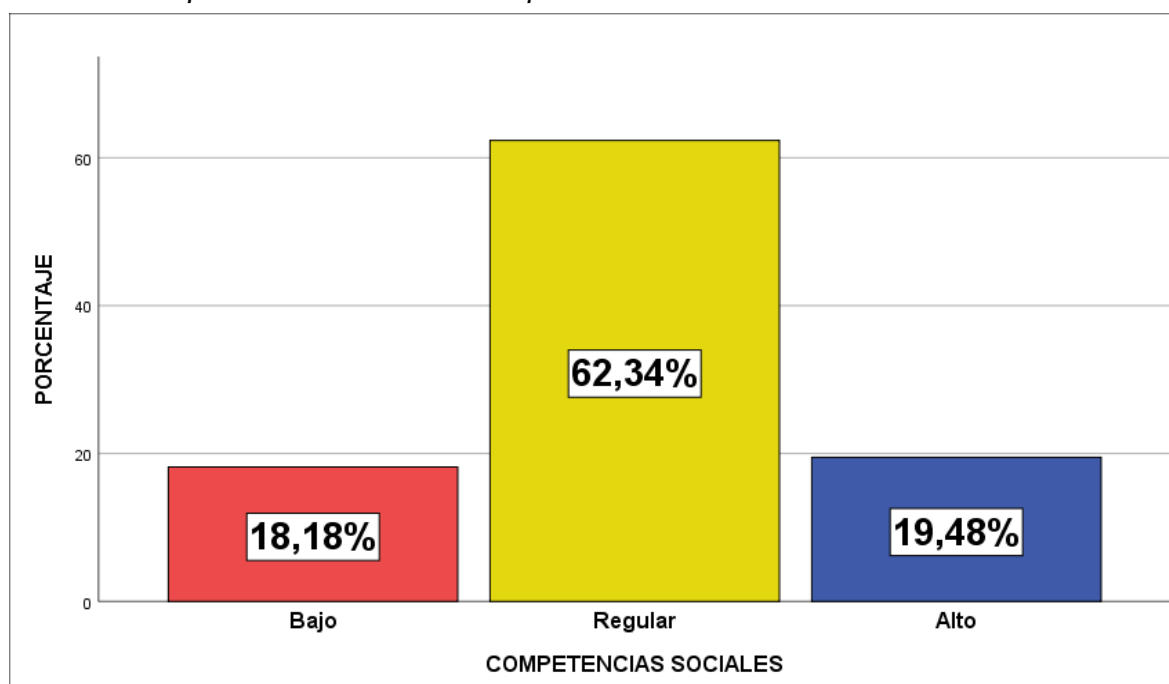
Tabla 14

Análisis descriptivo de la dimensión competencias sociales

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	14	18,2
Regular	48	62,3
Alto	15	19,5
Total	77	100,0

Figura 8

Análisis descriptivo de la dimensión competencias sociales



En la tabla 14 y la figura 8, se puede observar que 48 de los alumnos encuestados que representan 62.34% de la muestra, manifiestan poseer regulares competencias sociales, mientras que 15 de ellos, representando 19.48% de la muestra, consideran sus competencias sociales como altas y finalmente, los 14 restantes que representan los 18.18% restantes de la muestra, consideran sus competencias sociales como bajas. Esto deja entrever una percepción negativa, al considerar sus niveles de competencias sociales como regulares, esto según opinión de la mayoría, se evidencia que los encuestados no han desarrollado relaciones estrechas e importantes con su entorno.

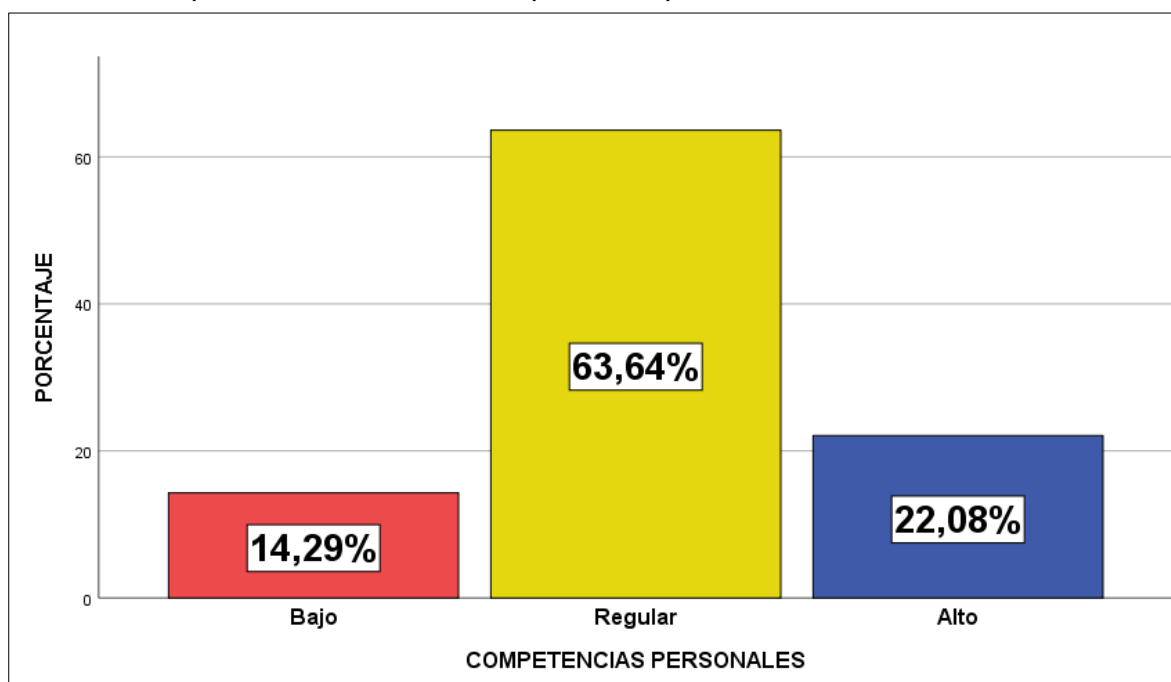
Tabla 15

Análisis descriptivo de la dimensión competencias personales

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	11	14,3
Regular	49	63,6
Alto	17	22,1
Total	77	100,0

Figura 9

Análisis descriptivo de la dimensión competencias personales



En la tabla 15 y la figura 9, se puede observar que 49 de los alumnos encuestados que representan 63.64% de la muestra, manifiestan poseer regulares competencias personales, mientras que 17 de ellos, representando 22.08% de la muestra, consideran sus competencias personales como altas y finalmente, los 11 restantes que representan los 14.29% restantes de la muestra, consideran sus competencias personales como bajas. Esto prueba que la mayoría de los encuestados tienen pocos deseos de auto superación dando como resultado los regulares niveles de competencias personales que consideran poseer.

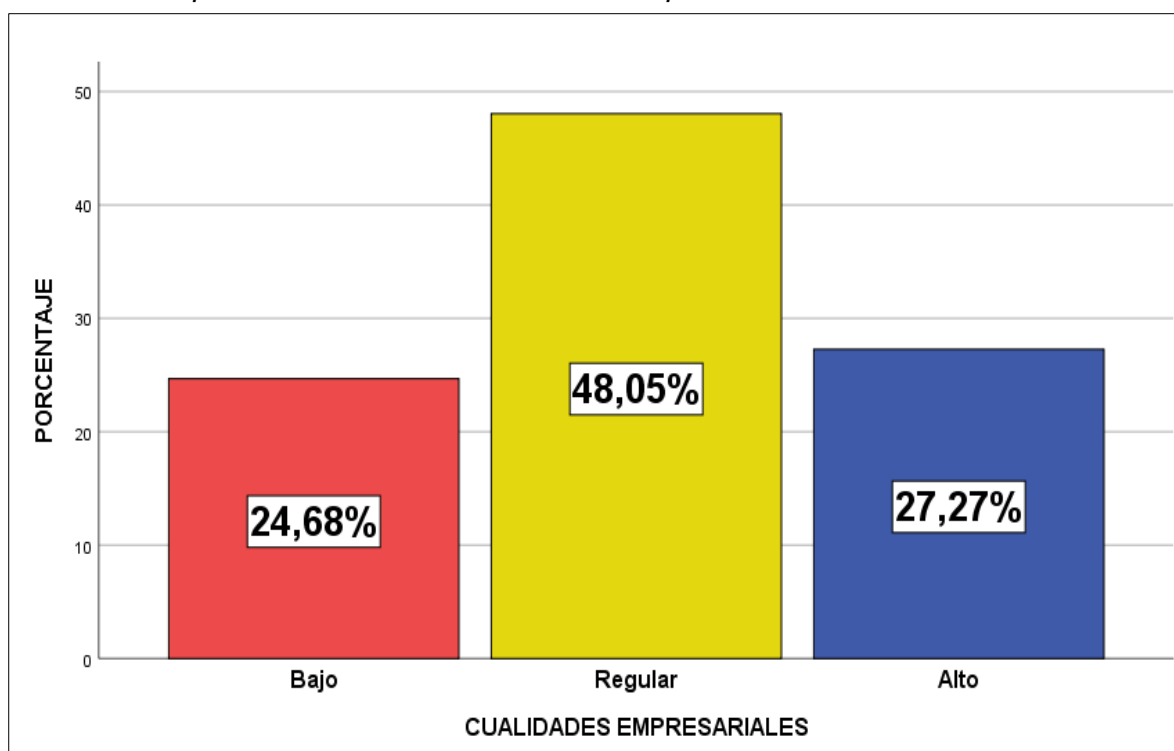
Tabla 16

Análisis descriptivo de la dimensión cualidades empresariales

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	19	24,7
Regular	37	48,1
Alto	21	27,3
Total	77	100,0

Figura 10

Análisis descriptivo de la dimensión cualidades empresariales



En la tabla 16 y la figura 10, se puede observar que 37 de los alumnos encuestados que representan 48.05% de la muestra, manifiestan poseer regulares cualidades empresariales, mientras que 21 de ellos, representando 27.27% de la muestra, consideran sus cualidades empresariales como altas y finalmente, los 19 restantes que representan los 24.68% restantes de la muestra, consideran sus cualidades empresariales como bajas. De igual manera se denota un problema, pues los resultados demuestran que la mayoría de los alumnos no desarrollaron sus cualidades empresariales al no haber pasado por experiencias que se lo permitiesen.

Resultados descriptivos de las dimensiones de creación de empresas

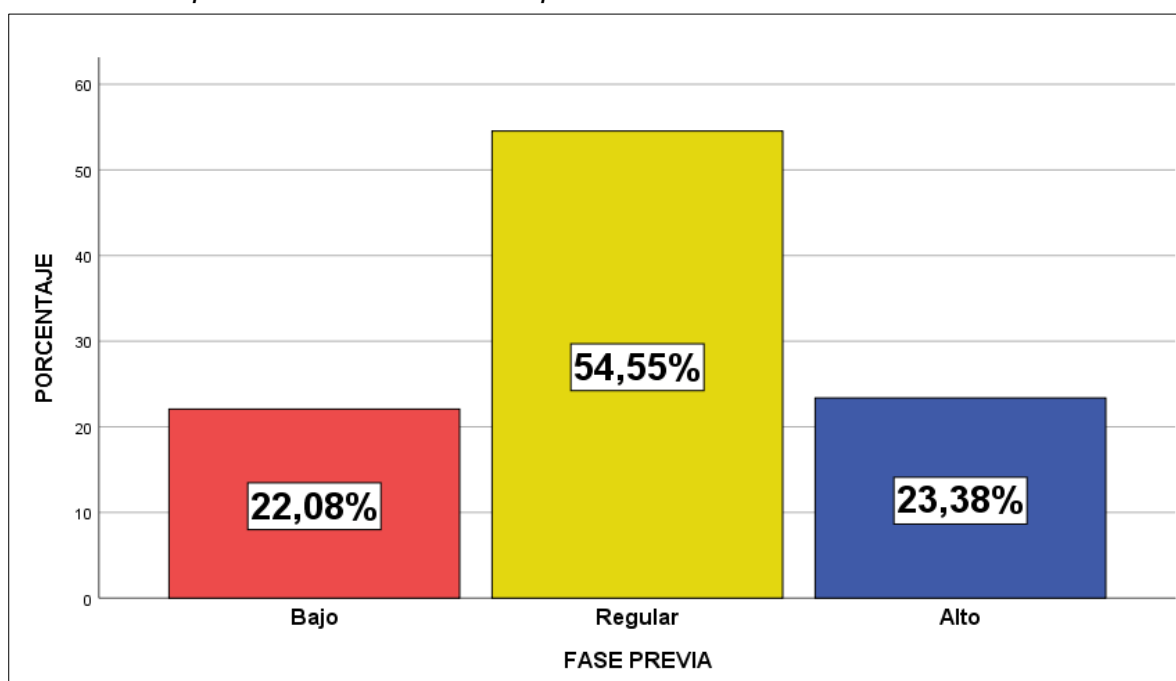
Tabla 17

Análisis descriptivo de la dimensión fase previa

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	17	22,1
Regular	42	54,5
Alto	18	23,4
Total	77	100,0

Figura 11

Análisis descriptivo de la dimensión fase previa



En la tabla 17 y la figura 11, se puede observar que 42 de los alumnos encuestados que representan 54.55% de la muestra, manifiestan de manera regular la intervención de la fase previa para la creación de empresas, mientras que 18 de ellos, representando 23.38% de la muestra, consideran la intervención de esta fase como alta y finalmente, los 17 restantes que representan el 22.08% de la muestra, consideran sus como bajas la importancia de esta fase. Se ve un asunto preocupante, pues los resultados arrojaron niveles regulares de la intervención de esta dimensión, por lo que se evidencia que las experiencias positivas o negativas, ya sea en el estudio o en el trabajo no definen su conducta hacia la creación de empresas, si bien suelen ser importantes, no son los determinantes para la decisión de emprender.

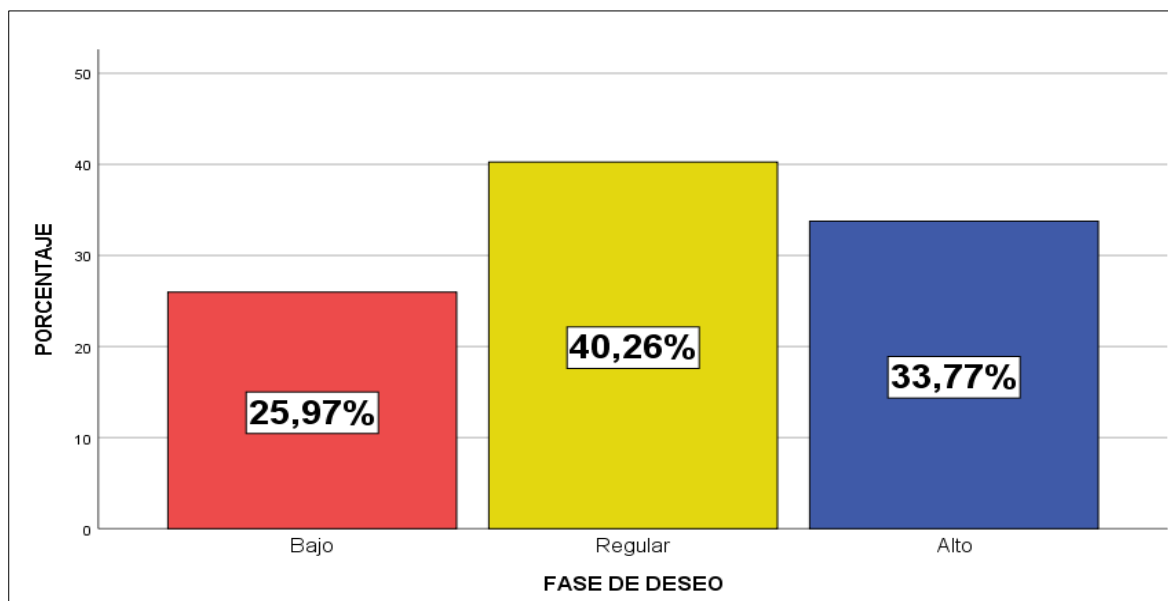
Tabla 18

Análisis descriptivo de la dimensión fase de deseo

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	20	26,0
Regular	31	40,3
Alto	26	33,8
Total	77	100,0

Figura 12

Análisis descriptivo de la dimensión fase de deseo



En la tabla 18 y la figura 12, se puede observar que 31 de los alumnos encuestados que representan 40.26% de la muestra, manifiestan una importancia en niveles regulares de la dimensión fase de deseo, mientras que 26 de ellos, representando 33.77% de la muestra, consideran en niveles altos la intervención de esta fase en la decisión de crear una empresa, y finalmente, los 20 restantes que representan los 25.97% de la muestra, consideran la intervención de la dimensión en niveles bajos. Se denota como esta fase es considerada de gran importancia para los alumnos dejando en evidencia como el apoyo y motivación del entorno, ya sea de la familia, amigos o los mismos profesores, es un papel de suma importancia en el proceso para la toma de decisión de emprender y crear una empresa.

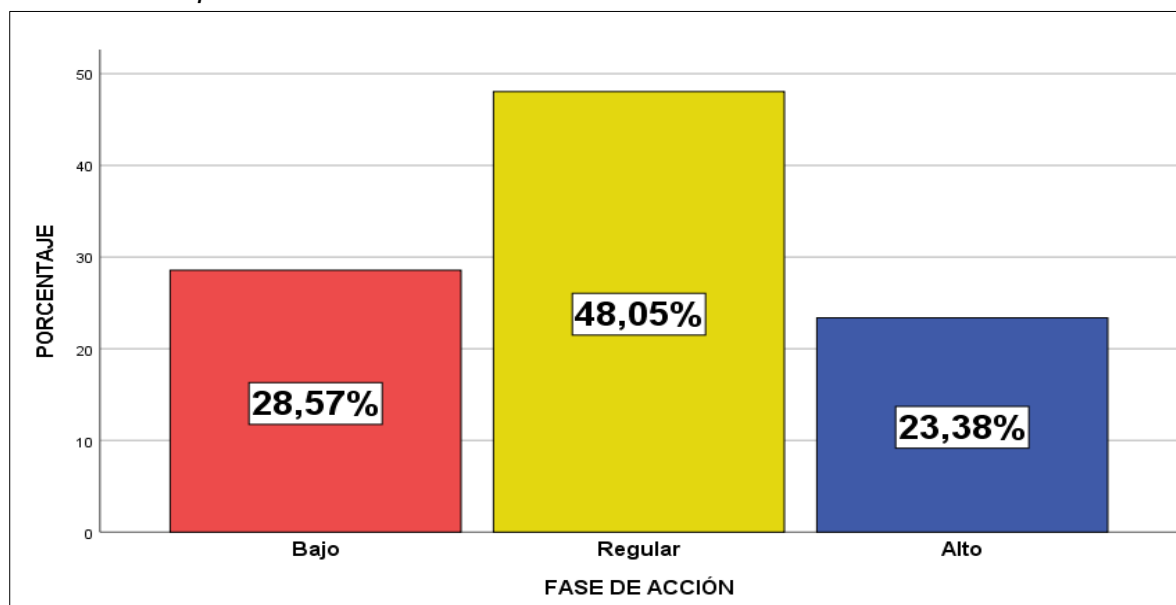
Tabla 19

Análisis descriptivo de la dimensión fase de acción

	Alumnos	Porcentaje
Bajo	22	28,6
Regular	37	48,1
Alto	18	23,4
Total	77	100,0

Figura 13

Análisis descriptivo de la dimensión fase de acción



En la tabla 19 y la figura 13, se puede observar que 37 de los alumnos encuestados que representan 48.05% de la muestra, manifiestan en niveles regulares el acceso a esta fase de acción en la creación de empresas, mientras que 22 de ellos, representando 28.57% de la muestra, consideran en un nivel bajo la accesibilidad de esta fase, y finalmente, los 18 restantes que representan los 23.38% de la muestra, consideran en niveles altos el acceso a fase de acción en el proceso de creación de empresas. Estos resultados denotan como los alumnos consideran que es algo difícil acceder ya sea a los soportes financieros o los recursos necesarios para el proceso de creación de empresas, siendo una fase de suma importancia, también se encuentra que los alumnos consideran la formación académica como un factor importante y que a su vez no se les ha brindado o no lograron acceder a la mejor para orientarlos al proceso de emprender o crear una empresa.

4.4. Resultados descriptivos de las variables relacionadas

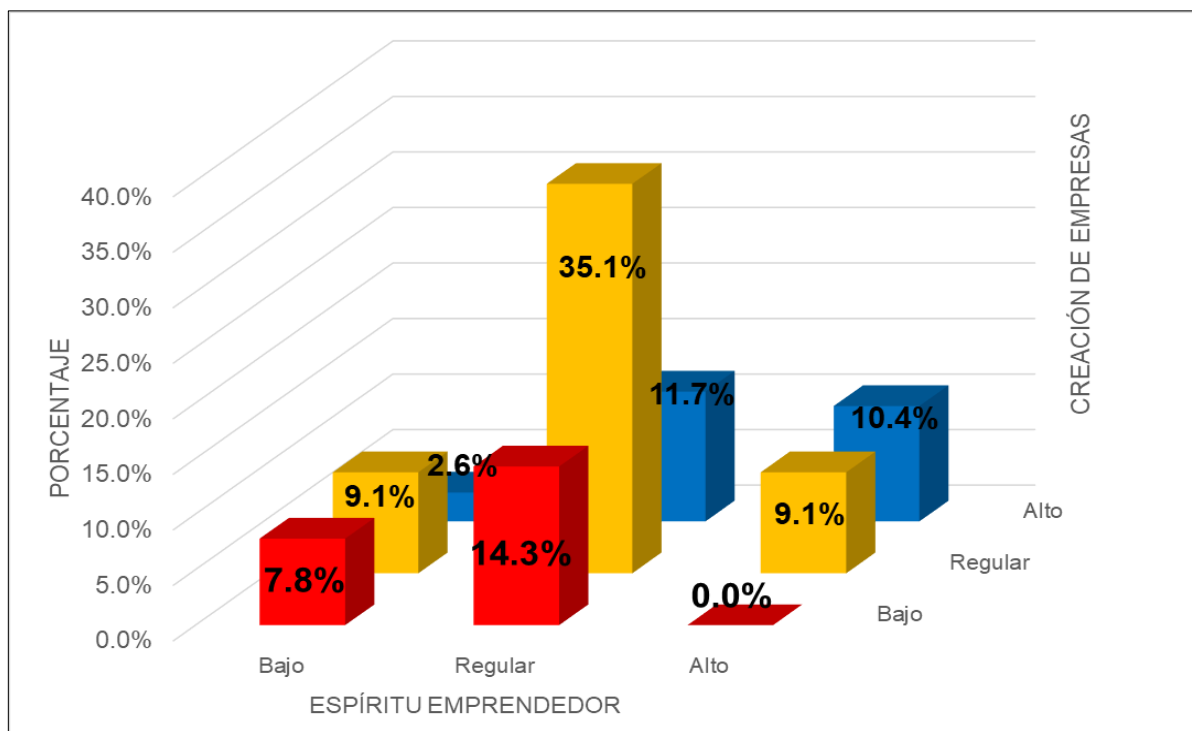
Tabla 20

Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas

Espíritu emprendedor	Creación de empresas						Total	
	Bajo		Regular		Alto		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%		
Bajo	6	7,8%	7	9,1%	2	2,6%	15	19,5%
Regular	11	14,3%	27	35,1%	9	11,7%	47	61,0%
Alto	0	0,0%	7	9,1%	8	10,4%	15	19,5%
Total	17	22,1%	41	53,2%	19	24,7%	77	100,0%

Figura 14

Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas



En la tabla 20 y la figura 14, se ve representada la descripción referente a la relación de los puntajes de las variables espíritu emprendedor y creación de empresas. Se puede observar que un 7.8% de los alumnos encuestados consideran que hay una baja relación entre las variables, el 35.1% de los alumnos encuestados opinan que la relación entre las variables es regular, y el 10.4% de los alumnos encuestados comparte la idea de que existe una alta relación entre las variables. Esto deja entrever que existe una relación positiva y moderada entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas, sustentada en el hecho de que no se está fomentando de manera eficiente el desarrollo del espíritu emprendedor, pues si este se desarrollara de manera correcta, la intención hacia la creación de empresas de los alumnos sería mayor, así como lo afirma Salinas et al. (2013). Por otro lado, se comprobará con la pertinente prueba de hipótesis.

4.5. Prueba de la normalidad para las variables de estudio

Considerando la muestra para el presente estudio un número total de 77 alumnos, se utilizó la prueba de Kolmogorov Smirnov. Además, para un mejor análisis de la prueba de normalidad, se tomará en cuenta lo siguiente:

H₀. Las variables espíritu emprendedor y creación de empresas presentan una distribución normal.

H_a. Las variables espíritu emprendedor y creación de empresas no presentan una distribución normal.

Tabla 21

Resultado de la prueba de normalidad de las variables espíritu emprendedor y la creación de empresas

		Espíritu Emprendedor	Creación de Empresas
	N	77	77
Parámetros normales ^{a,b}	Media	124,83	109,61
	Desv. Desviación	12,292	13,474
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,061	,061
	Positivo	,046	,061
	Negativo	-,061	-,055
Estadístico de prueba		,061	,061
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

La tabla 21 presenta los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, donde se puede visualizar que la distribución de los puntajes de las variables espíritu emprendedor y creación de empresas presenta una distribución normal, pues el valor de significancia para ambas variables es de 0.200 que es mayor a 0.05, lo que permite rechazar la hipótesis alterna y aceptar la nula. En síntesis, las variables

espíritu emprendedor y creación de empresas presentan una distribución normal, dando como resultado que en la prueba de hipótesis se pase a aplicar un coeficiente de correlación paramétrico, siendo este la R de Pearson.

4.6. Procedimientos correlacionales

Contrastación de la hipótesis general

H₀. No existe relación positiva entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

H_a. Existe relación positiva entre el Espíritu Emprendedor y la Creación de Empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Considerado el nivel de confianza de 95% ($\alpha = 0.05$), se aplicará la regla de decisión:

Sig. > 0.05 → Se acepta la hipótesis nula (H₀)

Sig. < 0.05 → Se rechaza la hipótesis nula (H₀)

Tabla 22

Resultado de correlación entre espíritu emprendedor y creación de empresas

		Creación de empresas
Espíritu emprendedor	Correlación de Pearson	,584**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	77

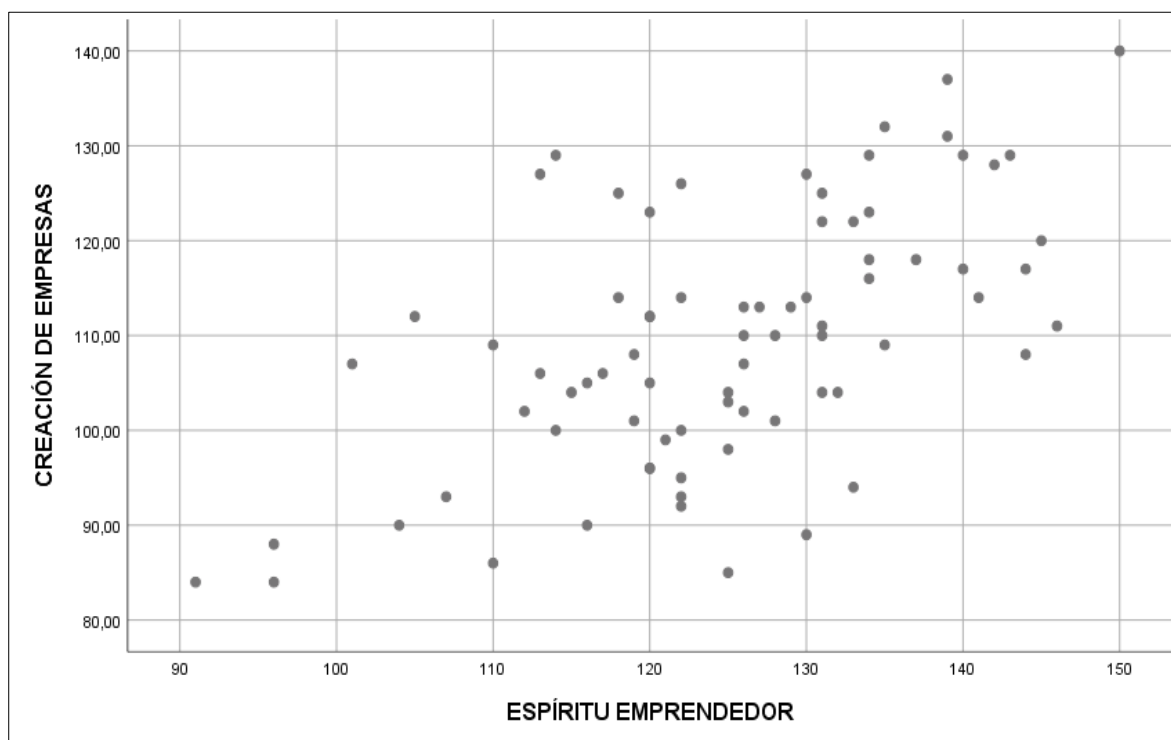
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 22 muestra los resultados de la correlación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas, se denota que el valor de significancia de la relación entre las variables alcanzó el 0.000, lo cual es menor que 0.05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En síntesis, se puede afirmar que existe una relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas, esto a un nivel positivo moderado determinado por la R de Pearson que

resultó en 0.584, resultado que está dentro del rango de 0.50 a 0.75 considerado como el rango para correlaciones positivas medias o considerables, según Hernández y Mendoza (2018).

Figura 15

Diagrama de dispersión del espíritu emprendedor y la creación de empresas



En la figura 15 se observa los resultados del gráfico de dispersión de las variables espíritu emprendedor y creación de empresas, es cual deja entrever que existe una relación positiva moderada entre las variables. Dando a entender que a mayor nivel de espíritu emprendedor mayor nivel de orientación a la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador – 2021.

Contrastación de hipótesis específica 1

H₀. No existe relación positiva entre las competencias de gestión empresarial y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

H₁. Existe relación positiva entre las competencias de gestión empresarial y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Tabla 23

Resultado de correlación entre competencias de gestión empresarial y creación de empresas

		Creación de Empresas
Competencias de gestión empresarial	Correlación de Pearson	,466**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	77

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

La tabla 23 muestra los resultados de la correlación entre competencias de gestión empresarial y la creación de empresas, se denota que el valor de significancia de la relación entre la primera dimensión y la variable alcanzó el 0.000, lo cual es menor que 0.05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En síntesis, se puede afirmar que existe relación positiva débil entre competencias de gestión empresarial y la creación de empresas determinado por un resultado R de Pearson de 0.466, resultado que está dentro del rango de 0.25 a 0.50 considerado como el rango para correlaciones positivas débiles o medias según Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de hipótesis específica 2

H₀. No existe relación positiva entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

H₂. Existe relación positiva entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Tabla 24*Resultado de correlación entre competencias sociales y creación de empresas*

		Creación de empresas
Competencias sociales	Correlación de Pearson	,445**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	77

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

La tabla 24 muestra los resultados de la correlación entre competencias sociales y la creación de empresas, se denota que el valor de significancia de la relación entre la segunda dimensión y la variable alcanzó el 0.000, lo cual es menor que 0.05, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. En síntesis, existe una relación positiva débil entre las competencias sociales y la creación de empresas determinado por un resultado R de Pearson de 0.445, resultado que está dentro del rango de 0.25 a 0.50 considerado como el rango para correlaciones positivas débiles o medias según Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de hipótesis específica 3

H₀. No existe relación positiva entre las competencias personales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

H₃. Existe relación positiva entre las competencias personales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Tabla 25*Resultado de correlación entre competencias personales y creación de empresas*

		Creación de empresas
Competencias personales	Correlación de Pearson	,572**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	77

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

La tabla 25 muestra los resultados de la correlación entre las competencias personales y la creación de empresas, se denota que el valor de significancia de la relación entre la tercera dimensión y la variable alcanzó el 0.000, lo cual es menor que 0.05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. En síntesis, se puede afirmar que existe una relación positiva considerable entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas determinado por un resultado R de Pearson de 0.572, resultado que está dentro del rango de 0.50 a 0.75 considerado como el rango para correlaciones positivas medias o considerables según Hernández y Mendoza (2018).

Contrastación de hipótesis específica 4

H₀. No existe relación positiva entre las cualidades empresariales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

H₄. Existe relación positiva entre las cualidades empresariales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.

Tabla 26

Resultado de correlación entre cualidades empresariales y creación de empresas

		Creación de empresas
Cualidades empresariales	Correlación de Pearson	,447**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	77

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

La tabla 26 muestra los resultados de la correlación entre cualidades empresariales y la creación de empresas, se denota que el valor de significancia de la relación entre la cuarta dimensión y la variable alcanzó el 0.000, lo cual es menor que 0.05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis

alterna. En síntesis, se puede afirmar que existe relación positiva débil entre las cualidades empresariales y la creación de empresas determinado por un resultado R de Pearson de 0.447 resultado que está dentro del rango de 0.25 a 0.50 considerado como el rango para correlaciones positivas débiles o medias según Hernández y Mendoza (2018).

CAPÍTULO V
DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5.1. Discusiones

En esta investigación se estableció analizar los bajos niveles de intención hacia la creación de emprendimientos y empresas en los alumnos universitarios, lo cual surge al presentarse un bajo fomento del espíritu emprendedor en la universidad. Se realizó esta investigación en base a este problema, en el cual se utilizaron instrumentos de recolección de datos que pasaron por una verificación de originalidad y confianza para su correcto análisis, en donde según el criterio de fiabilidad estadístico de alfa de Cronbach, se obtuvo un coeficiente de 0.922 evidenciando la confianza para la aplicación del instrumento de la variable espíritu emprendedor y con respecto a la variable de creación de empresas se obtuvo un resultado de confianza al 0.915 según el estadístico de alfa de Cronbach. Dejándose entrever que ambos instrumentos son correctamente confiables para el procedimiento de recolección de datos de la muestra y poder seguir con la investigación.

Respecto a la hipótesis general, se logró obtener resultados inferencial favorables, pues según los estadísticos que evidencian la relación entre las variables se obtuvo una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de R de Pearson moderado ($r=0.584$), dicho resultado permitió el rechazo de la hipótesis nula y por tanto la aceptación de la hipótesis alterna demostrando así la relación a un nivel moderado entre las variables espíritu emprendedor y creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Este resultado concuerda con lo obtenido por Asunción y Celi (2018) en su tesis *Actitud emprendedora: un análisis del espíritu emprendedor en la carrera de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas Universidad de Guayaquil*, donde se alcanzó el objetivo general, pues se observó que las variables de actitud emprendedora y espíritu emprendedor se

relacionaron en niveles altos comprobado a través de la utilización de estadístico KMO, dando como resultado un promedio de 0.872 entre las dimensiones usadas para el estudio de la actitud emprendedora y con una significancia bilateral de 0.000 siendo esta menos a 0.05. Los resultados tanto del presente estudio como con los de Asunción y Celi (2018) muestra como los alumnos de la carrera más ligada al mundo empresarial perciben buenos niveles de espíritu emprendedor lo cual les genera esa motivación y ánimo para iniciar un proceso orientado a la creación de empresas. Reconociéndose que el espíritu emprendedor es una herramienta que permite a los individuos a sentirse capacitados para iniciar la formación de un nuevo proyecto empresarial,

En relación a la primera hipótesis específica, se evidenciaron resultados medios pero favorables, ya que los estadísticos de correlación entre la primera dimensión de la variable espíritu emprendedor y la variable de creación de empresas, arrojaron una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de R de Pearson medio ($r=0.466$), estos resultados se conjugaron para la aprobación de la hipótesis alterna y el rechazo de la nula, pues si existe una relación media pero positiva entre la dimensión de competencias de gestión empresarial y la variable creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Estas conclusiones se asemejan a lo que hallado por Mitma (2018) en su tesis *Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural, Instituto de Educación Superior Pedagógico Público – Huancavelica*, en donde se comprobó el objetivo específico relacionado a las habilidades de dirección, para las cuales se arrojó un resultado de relación a un nivel alto sustentado en el coeficiente de R de Pearson cuyo puntuación fue de $r=0.814$

con una significancia de 0.000 demostrándose igual que nuestro estudio que existe una relación significativa entre esta dimensión y la creación de empresas. Si bien en ambos estudios no se denominan de la misma forma a esta dimensión, por el uso de diferentes teorías, al analizarlas se evidencia una gran similitud, lo que permite su discusión. Se pudo observar cómo en ambos estudios se abarcan cualidades o características pertenecientes a esta dimensión y como estas se relacionan con la intención a crear una empresa, si bien presentan diferentes niveles de correlación ya sea por los distintos diseños de investigación utilizados, ambos estudios demuestran una buena relación entre la dimensión y la variable de creación de empresas, demostrando que la promoción de las competencias o habilidades de dirección y gestión permiten estar más motivados a crear nuevas empresas.

En referencia a la segunda hipótesis específica, se evidenciaron resultados medios pero favorables, ya que los estadísticos de correlación entre la segunda dimensión de la variable espíritu emprendedor y la variable de creación de empresas, arrojaron una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de R de Pearson medio ($r=0.445$), estos resultados se conjugaron para la aprobación de la hipótesis alterna y el rechazo de la nula, pues si existe una relación media pero positiva entre la dimensión de competencias sociales y la variable creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Estos resultados se asemejan también con lo que encontró Mitma (2018) en su tesis *Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural, Instituto de Educación Superior Pedagógico Público – Huancavelica*, en donde se comprobó el objetivo específico relacionado a las habilidades sociales, para las cuales se halló un resultado de relación a un nivel alto

sustentado en el coeficiente de R de Pearson cuyo puntuación fue de $r=0.810$ con una significancia de 0.000 demostrándose igual que nuestro estudio que existe una relación positiva entre dicha dimensión y la creación de empresas y denotándose que ante un buen fomento de las competencias o habilidades sociales permite una mejor orientación a la creación de empresas. Mitma (2018) vuelve a utilizar un término distinto para el análisis de esta dimensión, sin embargo, las habilidades y competencias sociales coincide en las características necesarias para su desarrollo, y como estas tienen implicancias con la creación de nuevos negocios. Si bien presentan diferentes niveles de correlación ya sea por los distintos diseños de investigación utilizados, ambos estudios demuestran una buena relación entre la dimensión y la variable de creación de empresas, demostrando que un eficiente fomento de las competencias o habilidades de sociales permiten el incremento de los deseos a iniciar emprendimientos.

En relación con la tercera hipótesis específica, se evidenciaron resultados positivos moderados, ya que los estadísticos de correlación entre la tercera dimensión de la variable espíritu emprendedor y la variable de creación de empresas, arrojaron una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de R de Pearson medio ($r=0.572$), estos resultados permitieron la aceptación de la hipótesis alterna y el rechazo de la nula, pues si existe una relación positiva en un nivel moderado entre la dimensión de competencias personales y la variable creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Estas conclusiones muestran afinidad con lo que obtuvo Mitma (2018) en su tesis *Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural, Instituto de Educación Superior Pedagógico Público – Huancavelica*, en

donde se comprobó el objetivo específico relacionado a las cualidades personales, para las cuales se arrojó un resultado de relación a un nivel alto sustentado en el coeficiente de R de Pearson cuyo puntuación fue de $r=0.806$ con una significancia de 0.000 demostrándose igual que nuestro estudio que existe una relación significativa entre esta dimensión y la creación de empresas y que el buen desarrollo de las competencias o cualidades personales tienen repercusión en la intención a crear emprendimientos o nuevas empresas. Al analizar estos resultados, se puede ver como en ambos estudios se evidencian buenos niveles en cuanto a la relación de la tercera dimensión con la segunda variable. Se vuelve a considerar a Mitma (2018) pues en su estudio de esta dimensión denominada como cualidades personales se observan que las características se asemejan a las que componen las definidas como competencias personales en la presente investigación. Tal cual las otras dimensiones, la relación muestra niveles distintos más que nada por las ciertas diferencias en la metodología de estudio, sin embargo, ambas terminan siendo positivas. Con lo cual queda claro que la presencia de competencias personales genera mayor motivación entre los individuos por lo que estos tienen a tener mayor intención a crear empresas si estas competencias son desarrolladas de manera correcta.

En relación a la cuarta hipótesis específica, se evidenciaron resultados medios pero favorables, ya que los estadísticos de correlación entre la primera dimensión de la variable espíritu emprendedor y la variable de creación de empresas, arrojaron una significancia bilateral de 0.000 y un coeficiente de R de Pearson medio ($r=0.466$), estos resultados se conjugaron para la aprobación de la hipótesis alterna y el rechazo de la nula, pues si existe una relación media pero positiva entre la dimensión de competencias de gestión empresarial y la variable creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad

Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Estas conclusiones se contrastan con lo que obtuvo Acuña y Gamarra (2018) en su tesis *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una Universidad Privada de Lima 2018*, en donde se comprobó el objetivo específico relacionado a las capacidades creativas, en este estudio se comprobó que más de 90% de los encuestados percibieron poseer en buenos niveles las capacidades creativas, considerándose que tienen desarrollado las cualidades como la creatividad, innovación o la asunción de riesgos, se ve el aumento de la orientación al emprendimiento en los alumnos. Viendo los resultados de ambos estudios, tenemos que nuevamente se tiene denominaciones distintas para esta dimensión en cada una de las investigaciones tocadas, sin embargo, esto no impide que se evidencie la relación que existe entre la dimensión con la creación de empresas, los alumnos en ambas investigaciones presentaron buenos niveles de relación para la dimensión y la variable, dejando en evidencia que perciben esta dimensión como una muy importante para su vida profesional y laboral. Esto demuestra lo que se encontró en la teoría, pues la creatividad y la innovación son cualidades valiosas de la persona y permite a un emprendedor identificar nuevas ideas y poder orientarlas a la creación de nuevos y mejores negocios.

5.2. Conclusiones

Habiendo ya analizado los resultados obtenidos en la recolección de datos previamente realizada, se procede a especificar las conclusiones respectivas con el fin de verificar que los objetivos planteados en esta investigación hayan sido resueltos de manera correcta.

Primero. En referencia al objetivo general de la investigación donde se planteó evidenciar la relación que existe entre las variables estudiadas, se alcanzó gracias a la comprobación de la hipótesis principal en la cual se expresa una relación positiva

entre las variables. Puesto que según los resultados inferenciales se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 evidenciando la existencia de la relación y un coeficiente de R de Pearson de 0.584. Por esto, se concluye que existe una relación positiva en un nivel moderado entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. El nivel moderado arrojado en estos resultados indica que existe un problema en la variable espíritu emprendedor, pues al no llevar bien el desarrollo de esta variable, se afecta el desarrollo de la segunda. Se evidencian estos problemas, al ver que en la Universidad Autónoma del Perú no se está fomentando de manera competente entre los alumnos el desarrollo de un buen nivel de espíritu emprendedor, es decir que no se presentan buenas prácticas para el aumento de habilidades y cualidades necesarias para que el nivel de espíritu emprendedor crezca y en consecuencia puedan crecer los deseos o motivación hacia la creación de empresas.

Segundo. Respecto a lo planteado en el primer objetivo específico de la investigación en donde se estableció evidenciar la relación que existe entre la primera dimensión de la variable problema con la segunda variable, se alcanzó gracias a la comprobación de su respectiva hipótesis específica buscando acertar en la relación positiva. Según los resultados inferenciales se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 demostrando la existencia de la relación y un coeficiente de R de Pearson de 0.466. Se concluye entonces que existe una relación positiva en un nivel moderado entre las competencias de gestión empresarial y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Este nivel de correlación exhibe que hay un mal ejercicio de la dimensión referida a las competencias de gestión empresarial

pues el no desarrollar de manera correcta estas competencias, se restringe el crecimiento de los deseos hacia la creación de empresas. Este mal ejercicio de las competencias de gestión empresarial se debe a que los métodos utilizados para fomentar estas competencias parecen no estar siendo los adecuados para los alumnos pues estos consideran no tenerlos desarrollados en altos niveles.

Tercero. En lo planteado en el segundo objetivo específico de investigación en donde se estableció evidenciar la relación que existe entre la segunda dimensión de la variable problema con la segunda variable, se concretó gracias a la aceptación de su respectiva hipótesis específica alterna afirmando la relación positiva. Pues, en los resultados inferenciales se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 evidenciando la existencia de la relación y un coeficiente de R de Pearson de 0.445. Se concluye que existe una relación positiva en un nivel moderado entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. El nivel de relación arrojado muestra que hay inconvenientes con el desarrollo de la dimensión referida a las competencias sociales pues al no potenciar de manera correcta estas competencias, se reducen los deseos hacia la creación de nuevos negocios. Esto queda demostrado en los medios con los que se fomentan las competencias sociales, pues el mecanismo utilizado para fomentar las relaciones con el entorno que puedan reforzar estas competencias no ha sido suficiente o el más adecuado, con lo cual el alumno no tuvo una buena orientación de las competencias sociales y como desarrollarlas para mejorar su capacidad de estar en contacto con otros.

Cuarto. En el tercer objetivo específico de la investigación se expresó la intención de evidenciar la relación que existe entre la tercera dimensión de la variable problema con la segunda variable, se resolvió con la comprobación de su respectiva

hipótesis específica buscando acertar en la relación positiva. Los resultados inferenciales mostraron un nivel de significancia de 0.000 demostrando la existencia de la relación y un coeficiente de R de Pearson de 0.572. Se concluye que existe una relación positiva en un nivel moderado entre las competencias personales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Nuevamente, se observa la existencia de un problema, pues ha quedado demostrado que existe una relación entre esta dimensión y la creación de empresas, con lo cual se puede inferir que al no estarse llevando bien el fomento de la dimensión competencias personales, la intención a crear nuevos emprendimientos es afectado y da como resultado el nivel moderado en cuanto a la relación entre esta dimensión y la segunda variable. Esto se sustenta en el hecho de que los deseos de autorrealización o motivación hacia el logro no han sido promovidos de manera eficiente entre los alumnos de la Universidad Autónoma del Perú, por lo que se reduce la orientación hacia la creación de empresas como un objetivo profesional a poder alcanzar.

Quinta. En el cuarto y último objetivo específico de la investigación en donde se buscó evidenciar la relación que existe entre la cuarta dimensión de la variable problema con la segunda variable, se logró gracias al resultado positivo de su respectiva hipótesis específica. Conforme a los resultados inferenciales se encontró un nivel de significancia de 0.000 evidenciando la existencia de la relación y un coeficiente de R de Pearson de 0.447. Esto ayuda a concluir que existe una relación positiva en un nivel moderado entre las cualidades empresariales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. La correlación

presentada en este análisis demuestra la existencia de un problema en cuanto al desarrollo de las cualidades empresariales, pues si existe la relación mientras esta dimensión se desarrolle de manera eficiente entre los alumnos, la variable creación de empresas tendrá un mejor desenvolvimiento. El problema con las cualidades empresariales estaría surgiendo debido a que los alumnos no han desarrollado las características propias de esta dimensión de manera adecuada tanto en el ámbito académico como en el ámbito laboral pues temas como la creatividad o la iniciativa se presentan en niveles moderados en los alumnos.

5.3. Recomendaciones

Primero. En relación con los resultados obtenidos para la primera conclusión, haciendo referencia al objetivo general en el que se buscaba conocer la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Se recomienda fomentar la cultura emprendedora, la cual engloba el desarrollo de las diferentes características necesarias para el crecimiento de un buen espíritu o actitud emprendedora, a través de un programa dirigido a los alumnos desde los primeros ciclos de la carrera universitaria en donde se desarrollen las cualidades y habilidades necesarias para mejorar los niveles de espíritu emprendedor de los alumnos desde los inicios de la vida académica profesional y así ayudar a que estos mejoren también su orientación a la creación de empresas como un logro alcanzable al término o durante la carrera universitaria. Este programa deberá ser dirigido por aquellos profesionales que conozcan tanto cuales son la competencias y cualidades más importantes para el desarrollo del espíritu emprendedor y como desarrollarlos de manera eficiente y practica para animar a la participación de los alumnos de la escuela.

Segundo. En referencia a la segunda conclusión, en la que se resolvió el primer objetivo general orientado a conocer la relación entre las competencias de gestión empresarial y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Se recomienda incentivarlos a través de ferias en las que se realicen presentaciones artísticas, sería objetivo crear un club de teatro en la universidad al que se puedan unir alumnos de las diferentes carreras motivados al tema de la actuación y puedan apoyar a la universidad con la presentación de las obras teatrales y didácticas con temas relacionados a las competencias de gestión empresarial, este club debe tener un líder que pueda coordinar con las autoridades los temas a tocar en las presentaciones y la participación de los alumnos.

Tercero. Se recomienda establecer entre los alumnos un consejo estudiantil integrado como mínimo por cuatro alumnos de la carrera los cuales se puedan mantener comunicados directamente con las autoridades de la universidad y puedan ser el lazo que una a las autoridades con los alumnos para una mejor comunicación, de esa manera se podría incentivar las competencias como la planificación, organización, responsabilidad y buena comunicación entre los alumnos, los miembros del comité deben ser elegidos cada semestre académico y deben mantenerse siempre activos antes cualquier actividad que necesite la participación tanto de los alumnos como de las autoridades de la universidad, la elección del comité debe ser democrática y se debe dar a conocer a todos los alumnos para que lo tengan presente y puedan recurrir a este cuando sea necesario.

Cuarto. En la tercera conclusión, se atacó el segundo objetivo específico en el que se propuso conocer la relación que existe entre las competencias sociales y la creación de empresas entre los alumnos de la Escuela Profesional de Administración

de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Al haber encontrado una relación moderada, se recomienda fomentar más las relaciones sociales de los alumnos a través de conversatorios llevados a cabo de manera online o presencial en los que se compartan experiencias emprendedoras de éxito o fracaso. Para estos conversatorios se realizarían convenios con distintas universidades y empresas que puedan exponer sus experiencias en el mundo del emprendimiento y se puedan compartir historias de éxito y fracaso que causen curiosidad e interés en los alumnos para conocer lo que se debe o no hacer al tomar el riesgo de iniciar un emprendimiento con objetivo de llegar a ser empresa. Pueden estar integrados por alumnos, profesores, familiares o expertos que estén dispuestos a compartir experiencias e ideas respecto al mundo empresarial.

Quinto. En cuanto a la cuarta conclusión, en donde se encontró la respuesta al tercer objetivo específico al conocerse una relación moderada entre las competencias personales y la creación de empresas entre los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Se recomienda que se fomente con más fuerza la participación de grupos de estudiantes en concursos sobre innovación o emprendimiento en los que puedan desarrollar ideas o planes de negocios llevados a cabo por ellos mismo y que les permitan desarrollar sus deseos de éxito. Se proponer dar a conocer a los alumnos los diferentes concursos referidos a la innovación y emprendimiento realizados en el país o en el extranjero, aprovechando las alianzas o participaciones que la universidad tiene con la PUCP (Pontificia Universidad Católica del Peru) y la Gearbox de la Universidad de Concepción en Chile con el fin de que estos aumenten su interés en la creación de modelos de negocio y se motiven actuar y aprender de manera autónoma. Aumentar la exposición de estas alianzas y concretar más, serán de vital

importancia para llamar el interés de los alumnos en cualquier etapa de su formación profesional, pues si estos conocen que tienen los medios y el apoyo necesario de la casa de estudio, se mostraran con mejores actitudes hacia la creación de emprendimientos y empresas.

Sexto. Viendo la quinta conclusión, se obtuvo respuesta positiva moderada para el objetivo específico cuatro en el que se quería conocer la relación entre las cualidades empresariales y a creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021. Se recomienda para mejorar la percepción de las cualidades empresariales, repotenciar el funcionamiento del área de emprendimiento en la universidad conocida como innova, pues en esta área se brinda asesoría y orientación en el desarrollo de las ideas de negocio de los alumnos. Innova debe brindar asesorías y a su vez talleres que refuercen la creatividad e innovación en los alumnos principalmente de la carrera de administración de empresas desde los inicios de la vida académica profesional para así incentivar a su integración a esta área y a su posterior participación en temas de emprendimiento. Se debe brindar a los alumnos la información para que conozcan los objetivos de esta área y participen en ella.

En relación con el estudio de las variables, se recomienda continuar con el estudio en temas referidos al emprendimiento pues conforme a lo visto en esta investigación, existen muy pocas investigaciones que aporten información novedosa sobre estas variables a pesar de que quedó demostrado que hablar de un buen espíritu emprendedor conlleva a una mayor motivación hacia la creación de empresas nuevas, lo cual aportará al crecimiento económico de las sociedades. De la mano de esto, aconsejo realizar un estudio de experimental o cuasi experimental de la variable espíritu emprendedor, en los cuales se lleve a cabo un programa para el fomento y

mejor desarrollo de dicha variable dirigida los alumnos de la escuela de administración de empresas de los diferentes ciclos de estudio, de esa manera poder ver que tanto cambia su intención a la creación de empresas antes y después de la aplicación de este programa y cuanta diferencia en los niveles de las variables existe entre los alumnos pertenecientes a los ciclo más recientes que a los de últimos ciclos.

REFERENCIAS

- Acuña, A. y Gamarra, M. (2018). *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una Universidad Privada de Lima 2018* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8446>
- Ahuja, V., Akhtar, A. y Wall, O. (2019). Development of a comprehensive model of social entrepreneurial intention formation using a quality tool. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(41), 1-27. https://ideas.repec.org/a/spr/jglont/v9y2019i1d10.1186_s40497-019-0164-4.html
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes Review*, 50(2), 179-211. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T?via%3Dihub>
- Alonso, M. y Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa, una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Revista Acciones e Investigaciones sociales*, 1(26), 5-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2975142>
- Álvarez, A. (2004). *Espíritu emprendedor*. Cekar.
- Asunción, G. y Celi, S. (2018). *Actitud emprendedora: un análisis del espíritu emprendedor en la carrera de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas Universidad de Guayaquil* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27172>
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122–147. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>

- Bosma, N., Somers, A., Kelley, D. y Hill, S. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor. 2020/2021 Global Report*. Babson.
- Briascó, I. (2016). *El desafío de emprender en el siglo XXI: herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Narcea.
- Bucardo, A., Saavedra, M. y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios, *Suma de negocios*, 6(13), 98-107. https://www.researchgate.net/publication/283194953_Hacia_una_com_prension_de_los_conceptos_de_emprendedores_y_empresarios
- Cabrera, B., Fernández, K., Jeldres, F., y Saravia, J. (2016). Factores que impulsan el emprendimiento de un estudiante en la ciudad de Concepción, Chile. *RAN - Revista Academia & Negocios*, 2(1), 1-6. <https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/3017>
- Carrillo, F. (2017). *Actitudes de los estudiantes hacia el emprendimiento. Análisis del centro universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías* [Tesis de maestría, Universidad de Guadalajara]. Repositorio Institucional UDG. https://www.researchgate.net/publication/341215148_Actitudes_de_los_estud iantes_hacia_el_emprendimiento_Analisis_del_Centro_Universitario_de_Cien cias_Exactas_e_Ingenierias
- Cegarra, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Díaz de Santos.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones* (2ª ed.). McGraw-Hill.
- Coase, R. (1937). *La empresa, el mercado y la ley*. Alianza.
- Davids, F. (2017). La teoría del comportamiento planificado y el modelo del evento emprendedor como modelos predictivos de la intención emprendedora [Tesis

de maestría, Universidad de Cape Town]. Repositorio Institucional UCT.
<http://hdl.handle.net/11427/27299>

Diez, R. (2016). *Perú país de emprendedores: emprender, la clave del futuro*. Usil.

Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea (2014, noviembre).

Educación en emprendimiento: Guía del educador de la Comisión Europea.

<https://pagina.jccm.es/europa/pdf/publicaciones/2014%20guia%20del%20educador%20en%20emprendimiento.pdf>

García, A. y García, M. (2008). Reconocimiento de la oportunidad y emprendeduría

de base tecnológica: Un modelo dinámico. *Investigaciones Europeas de*

Dirección y Economía de la Empresa, 14(2), 109-125.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120248006>

García-Macías, M., Zerón, M. y Sánchez, Y. (2018). Factores de entorno

determinantes del emprendimiento en México. *Estramado*, 4(1), 88-103.

[https://www.academia.edu/37478760/Factores_de_entorno_determinantes_d
el_emprendimiento_en_Mexico](https://www.academia.edu/37478760/Factores_de_entorno_determinantes_del_emprendimiento_en_Mexico)

Gennero, A., Graña, F., Liseras, N., Baltar, F. y Alegre, P. (Ed.). (2005). *El proceso*

de creación de empresas. Factores determinantes y diferencias espaciales.

UMNDP y FCEyS.

Gerber, M. (1997). *El mito del emprendedor*. Paidós.

Global Entrepreneurship Monitor (2021, mayo). *Informe mundial GEM 2020/2021.*

GEM. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>

Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (2ª ed.).

Morata.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas:*

cuantitativa, cualitativa y mixta (7ª ed.). McGraw-Hill.

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020, noviembre). *La población ocupada del país alcanzó 10 millones 272 mil 400 personas en el II trimestre del 2020*. INEI. <https://m.inei.gov.pe/prensa/noticias/la-poblacion-ocupada-del-pais-alcanzo-10-millones-272-mil-400-personas-en-el-ii-trimestre-del-2020-12346/>
- Jiménez, R. (2015). *Educación emprendedora: programa Tales para el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Ciencias de la Educación*. Octaedro.
- Johanson, J. y Mattson, L. (1988). *Internationalization in industrial systems. A network approach*. Croom Helm.
- Juárez, B. (2019). *Influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de decimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de ciencias empresariales de la universidad privada de Tacna del año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio de UPT <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1173>
- Leiva, J. (2013). *Los emprendedores y la creación de empresas* (2ª ed.). Tecnológica de Costa Rica.
- Lobato, F. (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McMillan.
- Martínez, I. (2016). *Planificación e iniciativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas*. Cano pina.
- Marulanda, F., Montoya, I. y Vélez, J. (2019). El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2003). *Espíritu Emprendedor: Motor del futuro, guía de profesor*. Nipo.

- Mitma, R. (2018). *Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la carrera profesional de Educación Inicial Intercultural - Instituto de Educación Superior Pedagógico Público, Huancavelica* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Huancavelica]. Repositorio Institucional UNH. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/1589>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa (5ª ed.). Ediciones de la U.
- Olmos, J. (2007). *Tu potencial emprendedor*. Pearson.
- Organización de las Naciones Unidas (2021, agosto). *La pandemia de COVID-19 causa estragos en el empleo juvenil en América Latina*. ONU. <https://news.un.org/es/story/2021/08/1495432>
- Ortiz, G. y Santacruz, C. (2016). *Análisis de los factores claves de éxito para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades del Distrito Metropolitano de Quito y Cantón Rumiñahui por facultades* [Tesis de pregrado, Universidad de las Fuerza Armadas de Ecuador]. Repositorio Institucional ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12187>
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Palacios, L. (2015). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe.
- Paunero, J. (2014). Aspectos sociales del emprendedor [Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid]. Repositorio Institucional UVA. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/7046>

- Pérez, F. (2017). *Manual. Actitud emprendedora y oportunidades de negocio (UF1818). Certificados de profesionalidad. Creación y gestión de microempresas (ADGD0210)*. CEP.
- Pérez, R. (2014). *Desarrollo de habilidades personales y sociales de las personas con discapacidad*. Tutor Formación.
- Pesantez, V. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de entretenimiento con vehículos monoplazas (karting) en el cantón Rumiñahui* [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional UPS. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/3303>
- Prieto, M., Álvarez, J. y Herráez, A. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McMillan.
- Quijano, Y. (2018). *Capacidades asociadas al emprendedurismo en estudiantes de Administración de USP Filial Caraz, 2016* [Tesis de pregrado, Universidad de San Pedro]. Repositorio Institucional USP. <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/usanpedro/13478>
- Quispe, R. (2020). *Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020* [Tesis de Maestría, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional UPU <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4170>
- Salinas, J., Gándara, J. y Alonso, A. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. (2ª ed.). McGraw-Hill.
- Santamaría, A., Moreno, E., Torres, E. y Cadrazco, W. (2013). *La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial - el caso de tres Pymes de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelajo - Sucre*. Universidad de Sucre.

- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). *Dimensiones sociales del emprendimiento*. Enciclopedia.
- Tejedor, E. (2017). *El impacto de la formación en la competencia iniciativa y espíritu emprendedor sobre el emprendimiento en el ámbito universitario* [Tesis doctoral, Universidad Católica San Vicente Mártir]. Repositorio Institucional UCVM. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=180155>
- Timmons, J. (1978). Characteristics and Role Demands of Entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, 3(1), 5-17. <https://doi.org/10.1177/104225877800300102>
- Ubierna, F. (2014). *La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. Repositorio Institucional UNED. https://buscador.biblioteca.uned.es/permalink/f/ffr813/34UNED_FEDoai/e-spacio.uned.es/tesisuned/CiencEcoEmp-Ubierna
- Vargas, M. y Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/>
- Veciana, J. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial*. CEGE.

ANEXOS

Anexo 1. Espíritu emprendedor y creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador – 2021

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre las competencias de gestión empresarial y la creación de empresas en los</p>	<p>Objetivo general Evidenciar la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Objetivos específicos Evidenciar la relación entre las competencias de gestión empresarial y</p>	<p>Hipótesis general El espíritu emprendedor tiene una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Hipótesis específicas Las competencias de gestión empresarial tienen una relación</p>	Variable 1: Espíritu emprendedor					
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos		
			Competencias de gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación - Toma de decisión - Comunicación - Voluntad a asumir responsabilidades 	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Bajo [18 - 26> Regular <26- 31] Alto [31 - 35]		
			Competencias sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Cooperar - Trabajo en equipo - Asumir nuevos papeles 		Bajo [18 - 27> Regular <27- 32] Alto [32 - 35]		
Competencias personales	<ul style="list-style-type: none"> - Autoconfianza - Motivación para actuar 	Bajo [25 – 35> Regular <35 - 41]						

<p>alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las competencias personales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela</p>	<p>la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Evidenciar la relación entre las competencias sociales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p>	<p>positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Las competencias personales tienen una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Las competencias</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Pensamiento crítico - Aprendizaje autónomo 		<p>Alto [41 - 45]</p>
			<p>Cualidades empresariales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creatividad - Iniciativa personal - Asunción de riesgos 		<p>Bajo [21 - 26> Regular <26 - 32] Alto [32 - 35]</p>
Variable 2: Creación de empresas						
		Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos	
		Fase previa	<ul style="list-style-type: none"> - Desplazamientos negativos - Desplazamientos positivos - Experiencias personales 	<p>1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre</p>	<p>Bajo [19 - 26> Regular <26 - 31] Alto [31 - 35]</p>	
		Fase de deseo	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura - Influencias familiares 		<p>Bajo [33 - 44> Regular <44 - 55]</p>	

<p>Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las cualidades empresariales y la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021?</p>	<p>Evidenciar la relación entre las competencias personales y la creación de emprendimientos en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Evidenciar la relación entre las cualidades empresariales y la creación de emprendimientos en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la</p>	<p>sociales tienen una relación positiva con la creación de empresas en los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.</p> <p>Las cualidades empresariales tienen una relación positiva con la creación de empresas de los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador -</p>	<p>Fase de acción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones amicales - Influencia profesional - Soporte financiero - Recursos - Formación académica 		<p>Alto [55 - 60]</p> <p>Bajo [20 - 28]</p> <p>Regular <28 - 35]</p> <p>Alto [35 - 35]</p>
--	---	---	-----------------------	--	--	--

	Universidad Autónoma del Perú, Villa El Salvador - 2021.	2021.				
Nivel - diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadísticas utilizadas		
Tipo: Básica Nivel: Correlacional Diseño: No experimental Enfoque: Cuantitativo	Población: 97 alumnos del décimo ciclo de la EPAE de la Universidad Autónoma del Perú. Muestra: 77 alumnos del décimo ciclo de la EPAE de la Universidad Autónoma del Perú.	Variable 1: Espíritu emprendedor Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario. Variable 2: Creación de empresas Técnicas: Encuesta - Instrumentos: Cuestionario.		Estadísticos descriptivos: - Tablas estadísticas - Gráficos estadísticos Medidas de dispersión: - Desviación estándar. Estadísticos inferenciales: R de Pearson.		

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE ESPÍRITU EMPRENDEDOR

En el presente cuestionario se expondrán una serie de preguntas relacionadas al tema espíritu emprendedor, el cual tiene una escala del 1 al 5 para conocer su percepción referente al tema, por lo que, se le solicita a cada estudiante leer profundamente cada uno de los ítems y elegir una alternativa de acuerdo con su opinión. Su participación será valorada y contribuirá a una mejor comprensión del tema estudiado.

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
COMPETENCIAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL						
1	Tengo tendencia a planificar las cosas de manera rigurosa	1	2	3	4	5
2	Me gusta tener todo muy organizado	1	2	3	4	5
3	Evalúo toda la información antes de tomar una decisión	1	2	3	4	5
4	Considero las opiniones de los demás para tomar una decisión	1	2	3	4	5
5	Me resulta sencillo encontrar soluciones a diferentes problemas	1	2	3	4	5
6	Me expreso con claridad	1	2	3	4	5
7	Mantengo una buena interacción al hablar con otros	1	2	3	4	5
8	La responsabilidad es un valor muy importante	1	2	3	4	5
9	Busco culpables frente a posibles errores	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS SOCIALES						
10	Me esfuerzo por lograr el bien común	1	2	3	4	5
11	Soy colaborativo	1	2	3	4	5
12	Me adapto a nuevos ambientes	1	2	3	4	5
13	Soy capaz de ponerme en la situación de los demás	1	2	3	4	5
14	Soy capaz de aceptar las críticas	1	2	3	4	5
15	Puedo asumir el rol de líder de un grupo	1	2	3	4	5

16	Sé motivar a un grupo	1	2	3	4	5
COMPETENCIAS PERSONALES						
17	Me siento seguro (a) de mí mismo (a)	1	2	3	4	5
18	Soy consciente de mis limitaciones	1	2	3	4	5
19	Tengo claro lo que deseo conseguir	1	2	3	4	5
20	Soy positivo (a)	1	2	3	4	5
21	Aprendo de mis errores	1	2	3	4	5
22	Soy emocionalmente resistente	1	2	3	4	5
23	Analizo las causas de mis fracasos	1	2	3	4	5
24	Me gusta investigar	1	2	3	4	5
25	Resuelvo mis propios problemas	1	2	3	4	5
26	Me gusta hacer las cosas a mi manera	1	2	3	4	5
CUALIDADES EMRESARIALES						
27	Soy curioso	1	2	3	4	5
28	Se me ocurren ideas originales	1	2	3	4	5
29	Soy una persona intuitiva	1	2	3	4	5
30	Me gusta tomar la iniciativa en diferentes situaciones	1	2	3	4	5
31	Hago lo necesario para alcanzar mis metas	1	2	3	4	5
32	Asumo los riesgos de mis decisiones	1	2	3	4	5
33	Arriesgar me traerá mejores beneficios	1	2	3	4	5

CUESTIONARIO DE CREACIÓN DE EMPRESAS

En el presente cuestionario se expondrán una serie de preguntas relacionadas al tema Creación de Empresas, el cual tiene una escala del 1 al 5 para conocer su percepción referente al tema, por lo que, se le solicita a cada estudiante leer profundamente cada uno de los ítems y elegir una alternativa de acuerdo a su opinión. Su participación será valorada y contribuirá a una mejor comprensión del tema estudiado.

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

		Puntajes				
		1	2	3	4	5
FASE PREVIA						
1	Mi situación económica me llevó a trabajar en cosas que no me gustaban	1	2	3	4	5
2	En mis trabajos anteriores me sentía bajo mucho estrés	1	2	3	4	5
3	Considero que hay pocas oportunidades laborales	1	2	3	4	5
4	Terminar mi carrera profesional me abrirá puertas en el mundo laboral	1	2	3	4	5
5	Mi edad me permite plantearme diferentes metas futuras	1	2	3	4	5
6	El apoyo de mi familia y amigos me motivan a crear un negocio propio	1	2	3	4	5
7	Me es fácil identificar oportunidades de negocios	1	2	3	4	5
8	Conocer empresarios y sus experiencias me genera curiosidad sobre la creación de un negocio propio	1	2	3	4	5
9	Los eventos institucionales sobre emprendimiento despiertan mi interés en crear mi propio negocio	1	2	3	4	5
FASE DE DESEO						
10	Pongo empeño al desarrollar cualquier actividad con la que me comprometo	1	2	3	4	5
11	Frente a cambios inesperados, veo las amenazas como oportunidades	1	2	3	4	5

12	Tengo como objetivo crear mi propio negocio	1	2	3	4	5
13	Tener familiares con negocios propios me motiva a hacer lo mismo	1	2	3	4	5
14	Mi familia me impulsa a crear mi propio negocio	1	2	3	4	5
15	Mi familia considera que tener un negocio propio es exitoso	1	2	3	4	5
16	Tener amigos con negocio propio me motiva a hacer lo mismo	1	2	3	4	5
17	El deseo de superación de mis amigos me motiva	1	2	3	4	5
18	Mis amigos apoyan mi idea de tener un negocio propio	1	2	3	4	5
19	Los profesores en la universidad incentivan mi espíritu empresarial	1	2	3	4	5
20	Las experiencias laborales que comparten los profesores me causan interés	1	2	3	4	5
21	Los profesores apoyan la idea de crear un negocio propio	1	2	3	4	5
FASE DE ACCIÓN						
22	Es fácil conseguir financiamiento bancario para iniciar un negocio	1	2	3	4	5
23	Es fácil encontrar inversores para el financiamiento de un nuevo negocio	1	2	3	4	5
24	El gobierno brinda soporte financiero para iniciar nuevos negocios	1	2	3	4	5
25	Los recursos tangibles (materiales y financiamiento) para crear una empresa son difíciles de conseguir	1	2	3	4	5
26	Los recursos intangibles (cultura, valores, tecnología) son fáciles de desarrollar	1	2	3	4	5
27	Los recursos humanos (conocimientos, motivación) son fáciles de desarrollar	1	2	3	4	5
28	La universidad me brinda los conocimientos necesarios para iniciar un negocio	1	2	3	4	5
29	Los programas y capacitaciones sobre crear negocios brindados en la universidad fueron suficientes	1	2	3	4	5
30	La universidad me ayudó a desarrollar las habilidades y capacidades necesarias para crear una empresa	1	2	3	4	5

Anexo 3. Ficha de validación de los instrumentos

Validación del instrumento para la variable Espíritu Emprendedor

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: MARIO CHURA ALEGRE

DNI: 43486931

Especialidad del validador: Temático Metodológico
Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento para la variable Creación de Empresas

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: MARIO CHURA ALEGRE

DNI: 43486931

Especialidad del validador: Temático Metodológico Estadístico
Estadístico

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento para la variable Espíritu Emprendedor

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG JORGE ALONSO

DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [X] Metodológico []
Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento para la variable Creación de Empresas

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG JORGE ALONSO

DNI: 40968849

Especialidad del validador: Temático [X] Metodológico []
Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento para la variable Espíritu Emprendedor

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: Dr. Luis Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [X]
Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Validación del instrumento para la variable Creación de Empresas

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg/Lic./Ing.: Dr. Luis Marcelo Quispe

DNI: 40968849


Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [X]
Estadístico []

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Anexo 4. Informe de índice de coincidencias

The screenshot shows the Feedback Studio interface. The main document content is as follows:

EMPRESAS

TESIS
ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ, VILLA EL SALVADOR - 2021

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA
CATHERINE ANTONELLA ORTIZ LÓPEZ
ORCID: 0000-0001-6157-1067

ASESOR
MAG. MARIO EDGART CHURA ALEGRE
ORCID: 0000-0002-5222-444X

On the right side, a sidebar displays the similarity index: **Resumen de coincidencias** with a large **15 %** indicator. Below this, a list of sources is shown:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	3 %
2	repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	3 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 %
4	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
5	1library.co Fuente de Internet	1 %
6	Valencia de Lara, Miller... Publicación	1 %
7	dintev.univalle.edu.co	1 %

At the bottom of the interface, the status bar shows: **Página: 1 de 154**, **Número de palabras: 38765**, **Versión solo texto del informe**, **Alta resolución**, **Activado**, and system information: **20°C Parc. soleado**, **11:57**, **18/11/2022**.

Anexo 5. Base de datos

Variable 1: Espíritu Emprendedor																																		
Nro.	Competencias de gestión empresarial									Competencias sociales								Competencias personales										Cualidades empresariales						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	
1	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	
2	3	3	3	5	3	4	4	4	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
3	4	4	4	4	4	3	3	5	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	5	5	5	4	3	4	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	
5	4	5	4	4	4	5	4	5	1	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	
6	5	5	5	3	4	5	5	5	1	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
7	4	4	5	3	5	4	3	4	1	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	5	5	4	4	5	5	5	
8	3	3	4	5	4	3	5	5	2	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	
9	4	3	3	3	3	3	3	5	1	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	
10	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
11	3	5	4	3	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	
12	5	5	5	3	4	4	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	
13	4	5	5	3	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5	5	4	
14	4	5	3	3	4	4	4	5	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	1	4	
15	4	4	4	3	3	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	
16	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	3	5	4	4	3	5	5	4	3	2	4	3	4	5	4	5	5	5	4	3	
17	4	5	5	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
18	4	3	4	5	3	4	3	5	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	
19	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	
20	4	4	4	3	3	3	3	5	1	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	
21	2	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
22	2	3	4	5	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	
23	3	3	4	4	5	5	5	5	1	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	
24	5	5	5	4	4	3	4	4	2	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
25	4	5	4	3	4	4	4	5	2	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	

26	5	4	4	4	3	3	3	5	1	3	3	3	5	4	3	3	3	5	5	4	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	3
27	3	3	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
28	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
29	3	3	4	3	3	4	4	5	2	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
30	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
31	4	4	4	3	3	3	4	5	1	4	4	5	5	5	3	3	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5	5	3	3	5	3	4	4
32	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5
33	4	4	4	4	3	3	2	5	2	4	3	5	4	3	2	2	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	3	3	4	4	5	5	3
34	3	5	4	5	4	4	4	5	1	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	5	5
35	5	4	5	1	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	3	5
36	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	1	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3
37	4	5	5	4	2	5	4	5	2	4	5	5	4	3	4	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
38	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	3	3	5	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3
41	3	5	4	4	3	4	3	5	1	5	4	4	5	5	4	3	3	5	5	4	5	5	5	3	5	1	2	3	3	4	4	5	4
42	5	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3
43	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3
44	4	4	5	4	4	4	2	5	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
45	3	5	4	5	4	3	4	5	1	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5
46	5	5	5	5	4	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	5	4	3	3	3	4	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3
49	4	4	4	3	3	3	3	5	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
51	5	5	4	5	3	5	5	5	1	5	5	2	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	1	2	2	5	3	2	3	2	3	3	5
52	5	4	5	4	5	4	5	5	2	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	4	3	4	5	5	4	5	3
53	3	3	5	2	3	4	3	5	1	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5
54	4	4	5	4	2	2	3	5	1	4	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5
55	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4
56	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5

29	1	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5
30	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
31	1	3	5	5	1	3	3	3	3	4	4	4	2	2	4	4	5	3	4	4	3	2	3	5	4	1	3	3	4	4	4
32	4	2	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3	4	4	2	2	3	4	4	3	3	2	4	4
33	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	4	5	5	5	5	5	5
34	1	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	2	2	2	2	4	3	3
35	4	2	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	1	1	1
36	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	2	2	4	4	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3
37	1	1	2	5	5	3	2	4	3	5	4	2	2	4	4	3	5	4	5	5	5	3	3	3	2	4	3	5	4	5	5
38	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
39	4	1	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	5	5	5	5
40	4	1	5	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	3	2
41	1	3	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	2	2	4	2	2	3	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	5
42	3	2	3	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4
43	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4
44	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4
45	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4
46	1	1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
47	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	2	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	2	1	4	2	3	4	4	4	3
49	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
51	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5
52	1	4	5	2	5	4	3	5	5	4	4	2	2	2	3	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
53	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5
54	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4	5	2	2	3	4	5	2	5	4	4	
55	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	3	3	3
56	1	3	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
57	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	1	5	4	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	2	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5

