

UNIVERSIDAD NACIONAL
“SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO”
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO



**“COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO Y ACTITUD DEL
DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIO EN LOS ESTUDIANTES
DE ADMINISTRACION, UNASAM, HUARAZ-2022”.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Bach. Jorge Luis Meléndez Espinoza

Asesor:

Dr. Edwin Hernán Ramírez Asís

HUARAZ, PERÚ, 2023





UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO*"Una Nueva Universidad para el Desarrollo"*

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

Dirección de Escuela Profesional de Administración

Ciudad Universitaria - Teléfono (043) 640020 - Anexo 1212

Huaraz - Ancash - Perú




ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME FINAL DE TESIS

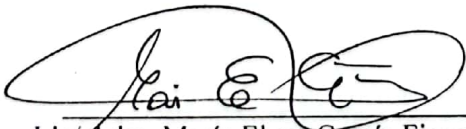
En Huaraz, siendo las 08.00 a.m. del día 09 de agosto de 2023, reunidos en el Auditorio de la Facultad de Administración y Turismo, los miembros del jurado evaluador: Mg Eva Delfina Zarzosa Márquez, (presidente), Dr. Juan Emilio Vilchez Cárcamo (secretario) y Lic. Adm. María Elena García Figueroa, (vocal), designados con Resolución de Consejo de Facultad-Decano N°155-2021-UNASAM-FAT, de fecha 07 de octubre de 2021, para llevar a cabo la sustentación del Informe Final de Tesis titulado: **"COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO Y ACTITUD DEL DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIOS EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION, UNASAM, HUARAZ, 2022"**, presentado por el Bachiller en Administración: **Jorge Luis Meléndez Espinoza**, el presidente del jurado establece que, el bachiller tiene veinte (20) minutos para proceder al acto público de la sustentación del mencionado Informe Final de Tesis y luego pasar a la ronda de preguntas.

Luego de haber procedido a la sustentación y las respuestas a las preguntas formuladas, lo declaran: **APROBADO** con el calificativo de **QUINCE (15)**, estando en condiciones de obtener el título profesional de: **Licenciado en Administración**.

Siendo las 09.30 a.m., del día 09 de agosto de 2023, se da por concluida la sustentación, el cual firmamos en señal de conformidad.


Mg Eva Delfina Zarzosa Márquez
Presidente


Dr. Juan Emilio Vilchez Cárcamo
Secretario


Lic. Adm. María Elena García Figueroa
Vocal

Anexo de la R.C.U N° 126 -2022 -UNASAM
ANEXO 1
INFORME DE SIMILITUD.

El que suscribe (asesor) del trabajo de investigación titulado:

COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO Y ACTITUD DEL DESARROLLO DE IDEAS
DE NEGOCIO EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN, UNASAM,
HUARAZ-2022.

Presentado por: Meléndez Espinoza Jorge Luis

con DNI N°: 45286694

para optar el Título Profesional de:

Licenciado en Administración

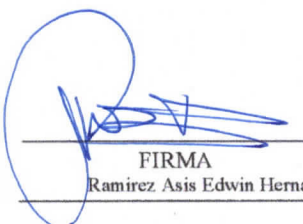
Informo que el documento del trabajo anteriormente indicado ha sido sometido a revisión, mediante la plataforma de evaluación de similitud, conforme al Artículo 11° del presente reglamento y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de : 24% de similitud.

Evaluación y acciones del reporte de similitud de los trabajos de los estudiantes/ tesis de pregrado (Art. 11, inc. 1).

Porcentaje			
Trabajos de estudiantes	Tesis de pregrado	Evaluación y acciones	Seleccione donde corresponda <input type="radio"/>
Del 1 al 30%	Del 1 al 25%	Esta dentro del rango aceptable de similitud y podrá pasar al siguiente paso según sea el caso.	<input checked="" type="radio"/>
Del 31 al 50%	Del 26 al 50%	Se debe devolver al estudiante o egresado para las correcciones con las sugerencias que amerita y que se presente nuevamente el trabajo.	<input type="radio"/>
Mayores a 51%	Mayores a 51%	El docente o asesor que es el responsable de la revisión del documento emite un informe y el autor recibe una observación en un primer momento y si persistiese el trabajo es invalidado.	<input type="radio"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor/ Jefe de Grados y Títulos de la EPG UNASAM/ Director o Editor responsable, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera hoja del reporte del software anti-plagio.

Huaraz, 14/11/2023


FIRMA
Apellidos y Nombres: Ramirez Asis Edwin Hernan
DNI N°: 31668274

Se adjunta:

1. Reporte completo Generado por la plataforma de evaluación de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis Jorge Melendez.pdf

AUTOR

Jorge Meléndez

RECUENTO DE PALABRAS

14498 Words

RECUENTO DE CARACTERES

83072 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

89 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.9MB

FECHA DE ENTREGA

Nov 8, 2023 7:00 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 8, 2023 7:01 PM GMT-5**● 24% de similitud general**

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

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 17% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado

MIEMBROS DEL JURADO



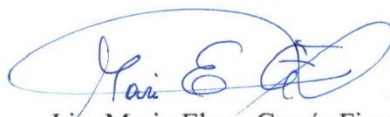
Mag. Eva Delfina Zarzosa Marquez

Presidente



Dr. Juan Emilio Vilchez Cárcamo

Secretario



Lic. Maria Elena García Figueroa

Vocal

ASESOR



Dr. Edwin Hernán Ramírez Asís

DEDICATORIA

*Con amor y cariño para mis queridos padres
y familia que durante todos los años]me brindaron
su aliento a ser una mejor persona y profesional.*



AGRADECIMIENTOS

*A mis docentes de la escuela
de Administración por impartirme
sus enseñanzas en bien de mi desarrollo
profesional durante toda mi formación*

*Además, agradecer de manera especial a mi
Asesor Dr. Edwin Hernán Ramírez Asís
por sus consejos y soporte en cada etapa
de la investigación para concretarla con éxito.*

ÍNDICE

RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
1. INTRODUCCIÓN	13
2. HIPÓTESIS.....	16
2.1. Hipótesis general	16
2.2. Hipótesis Específicas	16
2.3. Objetivos.....	16
2.3.1. Objetivo General	16
2.3.2. Objetivo Específicos.....	17
2.4. Variables.....	17
2.5. Operacionalización de las Variables	18
3. MARCO TEÓRICO.....	19
3.1. Antecedentes de la Investigación	19
3.2. Bases Teóricas	22
A. Competencias de emprendimiento	22
B. Actitud del Desarrollo de Ideas de Negocio.....	29
3.3. Definición de Términos	35
4. MATERIALES Y MÉTODOS	36
4.1. Tipo de Estudio.....	36
4.2. Diseño de la Investigación.....	36
4.3. Población y Muestra	36
4.4. Unidad de análisis y Muestra	37
4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos:	37
4.6. Análisis Estadístico e interpretación de datos:	38
5. RESULTADOS	39

5.1. Resultados descriptivos de los datos generales	39
5.2. Resultados correlacionales	56
5.3. Contrastación de hipótesis	61
6. DISCUSIÓN	66
7. CONCLUSIONES	71
8. RECOMENDACIONES	73
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
ANEXOS	79



Índice de Figuras y Tablas

Figura 1 Perú ocupa el primer lugar en el índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica.	14
Figura 2 Características de la competencia	24
Figura 3 Representación en Puzzle de la Noción Integrada de Competencia	24
Figura 4 El proceso emprendedor	25
Figura 5 Modelo del comportamiento planificado	26
Figura 6 Modelo sistémico	26
Figura 7 Modelo de los Cuatro Factores.....	27
Figura 8 Modelo de la Acción Razonada	31
Figura 9 Modelo de los 3 factores de la creación de negocios	31
Figura 10 Modelo de los Determinantes del éxito empresarial	32
Figura 11 Género	39
Figura 12 Edad.....	39
Figura 13 Ciclo	40
Figura 14 Liderazgo.....	40
Figura 15 Analizar los logros futuros	41
Figura 16 Capacidad de trabajar en equipo	41
Figura 17 Curiosidad por lo novedoso.....	42
Figura 18 Ideas ingeniosas e innovadoras	42
Figura 19 Generadora de cambios	43
Figura 20 Arriesgarse por independencia	43
Figura 21 Arriesgarse para progresar	44
Figura 22 Arriesgarse para aprender.....	44
Figura 23 Autoestima	45

Figura 24 Toma de decisiones con facilidad	45
Figura 25 Actúa con seguridad	46
Figura 26 Conocimiento básico del tipo de negocio a crear.....	46
Figura 27 Conocimiento técnico.....	47
Figura 28 Conocimiento tecnológico.....	47
Figura 29 Conocimiento de mercado.....	48
Figura 30 Confianza en uno mismo.....	48
Figura 31 Creatividad	49
Figura 32 Iniciativa.....	49
Figura 33 Perseverancia.....	50
Figura 34 Riesgo de invertir	50
Figura 35 Capacidad de compromiso	51
Figura 36 Optimismo.....	51
Figura 37 Persistencia.....	52
Figura 38 Salir del desempleo	52
Figura 39 Generar puestos de trabajo	53
Figura 40 Independencia financiera.....	53
Figura 41 Crecimiento personal y profesional.....	54
Figura 42 Niveles de la competencia de emprendimiento.....	54
Figura 43 Niveles del desarrollo de ideas de negocio	55
Figura 44 Competencias de emprendimiento*Actitud del desarrollo de ideas de negocio	56
Figura 45 Necesidad de logro*Actitud del desarrollo de ideas de negocio.....	57
Figura 46 Creación e innovación*Actitud del desarrollo de ideas de negocio.....	58
Figura 47 Predisposición al riesgo*Actitud del desarrollo de ideas de negocio	59
Figura 48 Autoconfianza*Actitud del desarrollo de ideas de negocio	60

Tabla 1 Baremos de las variables.....	38
Tabla 2 Correlación de las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio	61
Tabla 3 Correlación de la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio.....	62
Tabla 4 Correlación de la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio.....	63
Tabla 5 Correlación de la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio.....	64
Tabla 6 Correlación de la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio	65
Tabla 7 Prueba de normalidad	85
Tabla 8 Matriz de interpretación de los valores de Rho de Spearman	85
Tabla 9 Análisis de fiabilidad	85

RESUMEN

La finalidad del presente estudio fue determinar la relación que existe entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. El tipo de estudio en referencia a su orientación fue aplicada, acorde a su alcance fue correlacional, acorde al alcance temporal fue transversal, y en referencia a su carácter fue cuantitativo. La técnica utilizada fue la encuesta y el cuestionario fue el instrumento, que antes de su aplicación lo validaron 3 especialistas, y se halló el valor del Alfa de Cronbach fue 0,860 que demuestra su fiabilidad. La población estuvo conformada por los 171 estudiantes de Administración-UNASAM del V al IX ciclo matriculados en el semestre 2022-I, y como muestra a 148 casos. Se optó por el Coeficiente Rho de Spearman para contratar las hipótesis.

Los resultados evidencian que a un nivel regular de las competencias del emprendimiento de los alumnos ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio también sea regular (51,4%). Se concluye que, se determinó que existe una relación positiva a nivel media entre las Competencias de Emprendimiento en la Actitud del Desarrollo de Ideas de Negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022, siendo el grado de asociación a nivel media (Rho-Spearman=0,712).

Palabras clave: Competencias de emprendimiento, ideas de negocio, emprender.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship between entrepreneurship skills and the attitude of developing business ideas in Administration students, UNASAM, Huaraz-2022. The type of study in reference to its orientation was applied, according to its scope it was correlational, according to the temporal scope it was transversal, and in reference to its character it was quantitative. The technique used was the survey and the questionnaire was the instrument, which was validated by 3 specialists before its application, and the value of Cronbach's Alpha was found to be 0.860, which demonstrates its reliability. The population was made up of 171 Administration-UNASAM students from the V to the IX cycle enrolled in the 2022-I semester, and as a sample, 148 cases. Spearman's Rho Coefficient was chosen to test the hypotheses.

The results show that a regular level of the entrepreneurial skills of the students causes the attitude of the development of business ideas to also be regular (51.4%). It is concluded that, it will be prolonged that there is a positive relationship at the medium level between the Entrepreneurship Competencies in the Attitude of the Development of Business Ideas in the Administration students, UNASAM, Huaraz-2022, being the degree of association at the medium level ($Rho\ Spearman=0.712$).

Keywords: Entrepreneurship skills, business ideas, entrepreneurship.

1. INTRODUCCIÓN

En la última década, a nivel mundial se ha visto indispensable integrar el concepto de emprendimiento a la educación, ya que está ligado tanto al crecimiento económico, creación de empleos, crecimiento personal y el liderazgo. Además, es importante señalar que hoy en día el entorno empresarial se ha convertido más competitivo y exigente, ello conlleva a que los emprendedores deben estar en permanente capacitación, actualización o entrenamiento no solo para el desarrollo de sus habilidades o competencias, sino en su proceso de formación debe estar acorde al desarrollo de las características emprendedoras que contribuyan a la formación de sus capacidades y habilidades.

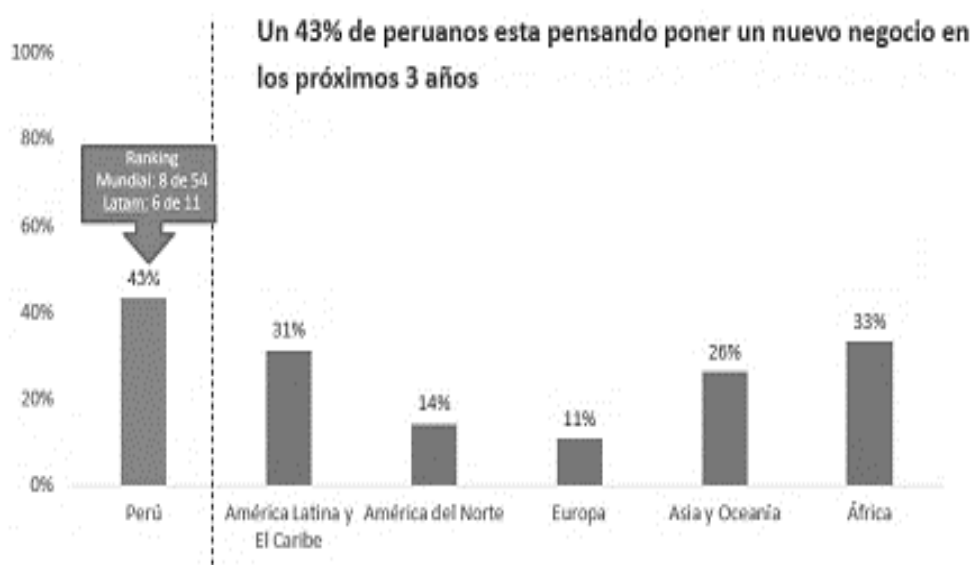
En América Latina ha causado un impacto positivo en la creación de empresas, fenómeno que contribuye a la generación de empleos, mejorando su eficiencia en la productividad y lograr un nivel de competitividad en mercados nacionales e internacionales (Sparano, 2014). Empero, cuando hablamos de emprendimiento, lo que se debe pensar es en un proceso metodológico y sistémico, mediante las actitudes de las personas, las actividades que realizan y las aspiraciones hacia el futuro, que, a través de una serie de etapas, se puede llegar al logro de los objetivos.

El emprendimiento en el Perú también ha sido concebido como uno de los principales responsables del impulso económico y desarrollo de nuestro país, ya que, ante la formación de nuevas empresas, la generación de puestos resultante de ellas propicia un mayor número de empleos.

Es así que, al evaluar los países de América Latina según el informe emitido por *Global Entrepreneurship Monitor* el Perú está ubicado en el puesto número cinco de mayor actividad emprendedora temprana (TEA). Sin embargo, en los emprendedores peruanos aún se presentan inconvenientes para que puedan mantener la sostenibilidad y rentabilidad de sus negocios, respecto a la falta de financiamiento privado y público, los fundadores carecen de competencias técnicas, falta de personal calificado, inestabilidad política, entre otros (Díaz, 2020).

Figura 1

Perú ocupa el primer lugar en el índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica.



Fuente: Díaz (2020).

Eficacia y eficiencia son dos competencias de emprendimiento que pueden describir lo bien que un emprendedor ejecuta su trabajo, el formar competencias les generara habilidades para que sigan trascendiendo, la formación de competencias va estar dada por un conjunto de competencias que diferenciarian a los emprendedores en su labor diaria. Es así que, el conjunto de competencias conllevará a que se diferencien de otros emprendedores (Díaz, 2020).

Es pertinente indicar que tanto en la educación y en el desarrollo personal, el emprendimiento es una de las competencias importantes que fomenta y fortalece la creatividad y la confianza en uno mismo. El propósito de la cultura emprendedora es motivar la innovación, crear las condiciones para el liderazgo y el éxito constante. Además, involucra la creación y operación de empresas que generan soluciones para las necesidades de los consumidores y empleos para los individuos, cultiva una actitud positiva frente al crecimiento y la riqueza, tanto personal como económico, así como las habilidades para tomar riesgos, adaptarse, y convertir ideas en acciones.

Sin embargo, podemos observar que no existe una adecuada formación en este campo, por lo que resulta una actividad difícil y arriesgado. Como sustento de ello es el alto porcentaje de “mortalidad o quiebra” de las nuevas empresas que va del 20% al 80% durante los tres primeros años. Es cierto que este proceso inicia con una idea de negocio,

pero también vale la pena tener en cuenta que el emprendedor potencial identifica oportunidades, aunado al conocimiento, habilidades y destrezas (emprendedor por identificación de oportunidad) que lo impulsan a llevar a cabo sus intenciones iniciales y el otro tipo es el emprendedor por necesidad.

Por ende, es indispensable señalar que existen algunos factores que han incidido en incrementar esta actividad emprendedora. Entre los cuales se pueden mencionar: el aspecto educativo, ya que la preparación que requieren los individuos para la creación de empresas es fundamental; el otro factor es el apoyo financiero, a través de los inversionistas que se convierten en patrocinadores de los proyectos. A lo anterior, se le puede agregar el apoyo gubernamental, mediante el establecimiento de pautas claras que faciliten el proceso emprendedor y el apoyo a empresas jóvenes y nacientes a nivel nacional, regional y local, como también el grado de motivación y reconocimiento a los emprendedores exitosos en el ámbito social y cultural.

Actualmente, en la Malla Curricular de la Escuela de Administración de la UNASAM se evidencia que desde el quinto ciclo contempla cursos tanto obligatorios (O) y electivos (E) de emprendimiento, los cuales son los siguientes: Diseño de producto (E), Desarrollo De Emprendedores (O), Administración de Empresas Turísticas (E), Comportamiento del Consumidor (E), Administración de las Pymes (E), Organización y Constitución de Pymes (E), Administración de Empresas Agropecuarias (E), Consultoría de Negocios (E), Taller de Generación de Empresas I (O) y Taller de Generación de Empresas II.

Lo que se busca es que haya un mayor desarrollo económico y personal de los estudiantes, y una forma de hacerlo puede ser mediante la creación de su propio negocio; por esta razón es importante estudiar y analizar cuál es el nivel de relación entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, 2022.

Por todo lo anterior, se realizó el estudio y el análisis respectivo de este fenómeno con la aplicación de las doctrinas teorías del proceso de la investigación y las ciencias sociales en su conjunto.

Por ende, se formuló como problema general ¿Cuál es la relación que existe entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? Asimismo, como

problemas específicos ¿Cuál es la relación que existe entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? ¿Cuál es la relación que existe entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? ¿Cuál es la relación que existe entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? ¿Cuál es la relación que existe entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022?

2. HIPÓTESIS

2.1. Hipótesis general

Existe una relación positiva entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

2.2. Hipótesis Específicas

- Existe una relación positiva entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.
- Existe una relación positiva entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.
- Existe una relación positiva entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.
- Existe una relación positiva entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre las competencias de emprendimiento la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

2.3.2. Objetivo Específicos

- Determinar la relación que existe entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.
- Determinar la relación que existe entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.
- Determinar la relación que existe entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.
- Determinar la relación que existe entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

2.4. Variables

Variable 1: Competencias de emprendimiento

Definición conceptual: Romero (2012) señala que es el conjunto de actitudes y habilidades de un individuo para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado, planificar todo el proceso de creación de un ente y fundarlo para la búsqueda constante de beneficios.

Definición operacional: Encuesta basada en el Modelo de los Cuatro Factores- Escala EAO “Entrepreneurial Attitude Orientation” realizado por Robinson et al. (1991)

Variable 2: Actitud del desarrollo de ideas de negocio

Definición conceptual: Para Vigo (2015) postula que es el convencimiento de un individuo de convertir una idea a un negocio a un futuro, teniendo en claro las nociones teóricas y todo el proceso que implica su fundación.

Definición operacional: Encuesta basada en los indicadores del Modelo de los Determinantes del Éxito Empresarial desarrollado por Vigo (2015).

2.5. Operacionalización de las Variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Tipo de Variable
O1 Competencias de emprendimiento	Necesidad de logro	1. Liderazgo 2. Analizar logros futuros 3. Capacidad de trabajar en equipo	Cuantitativa
	Creación e innovación	4. Curiosidad por lo novedoso 5. Ideas Ingeniosas e innovadoras 6. Generadora de cambios	
	Predisposición al riesgo	7. Arriesgarse por independencia 8. Arriesgarse para progresar 9. Arriesgarse para aprender	
	Autoconfianza	10. Autoestima 11. Toma de decisiones con facilidad 12. Actúa con seguridad	
O2 Actitud del Desarrollo de Ideas de Negocio	Conocimiento	13. Conocimiento básico del tipo de negocio a crear 14. Conocimiento técnico 15. Conocimiento tecnológico 16. Conocimiento de mercado	Cuantitativa
	Destreza	17. Confianza en uno mismo 18. Creatividad 19. Iniciativa 20. Perseverancia	
	Actitud emprendedora	21. Riesgo de invertir 22. Capacidad de compromiso 23. Optimismo 24. Persistencia	
	Intereses y motivación	25. Salir del desempleo 26. Generar puestos de trabajo 27. Independencia financiera 28. Crecimiento personal y profesional	

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes de la Investigación

A Nivel Internacional

En el trabajo de investigación *“Modelo teórico para promover el desarrollo de competencias en emprendimiento desde el sector universitario”* desarrollado por Velandia (2019) quien planteó como propósito desarrollar un modelo que promueva en los universitarios las competencias de emprendimiento. El estudio fue analítico. La población estuvo conformada por la Universidad Católica Andrés Bello, Núcleo Centro y Nueva Esparta. Concluyen que emprender significa crear, transformar y construir un contexto ideal que permita generar oportunidades de negocio con el uso óptimo de los recursos para el cumplimiento de los fines. Por lo que es relevante, que, en los centros de formación, tal es el caso de las universidades, posean las herramientas y profesionales que formen en los estudiantes las competencias idóneas para que estén preparados para emprender, para ello un primer paso es que establezcan sus ideas de negocio y lo concreten a futuro como un proyecto de vida. De igual manera, las competencias de emprendimiento en los individuos permiten que se apertura oportunidades de negocio, generar empleo, mejorar las condiciones económicas de un país, todo ello repercutirá en crear mejores condiciones de vida para la población.

En la investigación *“Desarrollo de competencias emprendedoras y comunicadas de aprendizaje en la Universidad de Zulia”* ejecutado por Ávila et al. (2018) plantearon como finalidad realizar el análisis de los procesos de enseñanza para fomentar el emprendimiento en los alumnos de contaduría y administración de la Universidad de Zulia durante el año 2018. Es estudio corresponde al análisis documental, analítico y bibliográfico. Se concluye que las competencias emprendedoras son deficientes, lo cual se evidencia en el bajo liderazgo, no están en la capacidad de analizar los escenarios futuros ni trabajar en equipo para poder generar oportunidades sólidas de negocio. Además, las entidades educativas no están orientándose de manera adecuada para que sus estudiantes consigan las competencias de creación e innovación y carecen de ideas generadores de cambios para que en un futuro puedan afrontar los desafíos de transformar sus comunidades e incentivar a la inversión privada para mejorar la calidad de vida y ser una fuente generadora de empleo.

A Nivel Nacional

En la tesis titulada *“Análisis de las habilidades emprendedoras de los alumnos de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Nacional de Piura, año 2016”* ejecutada por Matías (2021), tuvo como finalidad conocer el nivel de las habilidades emprendedoras de los estudiantes de la UNP durante el 2016. El método tiene un enfoque cuantitativo y de nivel descriptivo. Los 625 estudiantes matriculados en la Universidad de Piura conformaron a la población y se obtuvo a 187 casos. Se concluye que en la Universidad de Piura el nivel de las capacidades emprendedoras es deficiente, lo que conlleva a que no se está promoviendo ideas de negocio sostenibles, porque los alumnos carecen de iniciativa, no están aprovechando las oportunidades del mercado, no tienen la capacidad de evaluar los riesgos, les falta de capacidad de planificación y carecen de ideas innovadoras. Además, los estudiantes carecen de autoconfianza para que concreten sus ideas de negocio, ya que anteriormente han pasado por episodios de fracaso que no han sido superados y están aún con el miedo de arriesgarse a emprender.

En la tesis denominada *“La relación entre las capacidades emprendedoras y la motivación al logro en los emprendedores de las zonas de Chosica y Huánuco en el año 2021”* ejecutada por Azaña y Cienfuegos (2021), tuvo como propósito identificar cómo se vincula la capacidad emprendedora en la motivación a conseguir sus objetivos y metas de los empresarios ubicados en Huánuco y Chosica. El estudio tiene un enfoque cuantitativo, y de alcance correlacional. La técnica fue la encuesta, y el cuestionario fue el instrumento. Los 308 emprendedores conformaron a la población, optando por una muestra de 158 provenientes de Chosica y 150 de Huánuco. Se concluye que las capacidades emprendedoras se asocian a nivel bajo con la motivación al logro de objetivos y propósitos de los emprendedores ($p=0.000$; $Rho\text{-Spearman}=0.297$); la capacidad de trabajo en equipo se vincula a nivel bajo con la motivación al logro ($p=0.000$; $Rho\text{-Spearman}=0.365$); la capacidad de liderazgo se asocia a nivel bajo con la motivación al logro de objetivos y propósitos ($p=0.000$; $Rho\text{-Spearman}=0.377$); la capacidad de sentido de riesgo se vincula a nivel bajo con la motivación al logro ($p=0.000$; $Rho\text{-Spearman}=0.378$); y la capacidad de necesidad de logro se asocia a nivel bajo con la motivación al logro de objetivos y propósitos ($p=0.000$; $Rho\text{-Spearman}=0.433$). Por lo tanto, es importante que se fortalezca integralmente la autoconfianza en los individuos para que puedan actuar con seguridad en la toma de decisiones para afrontar los diversos escenarios cuando se emprende.

En la tesis *“Las competencias emprendedoras y su relación con el conocimiento de planes de negocio en los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la institución educativa San Francisco de Asís, Puno, 2018”* de Flores (2019) tuvo como propósito establecer cómo el desarrollo de competencias de emprendimiento se vincula con el conocimiento de los planes de negocio de los alumnos en la Institución San Francisco de Asís ubicada en Puno. Se optó por una investigación descriptiva y correlacional. El cuestionario fue el instrumento, y la técnica: la encuesta. Los 75 alumnos del colegio San Francisco de Asís conformaron a la población, y se obtuvo 30 casos. Se concluye que dentro de la malla curricular de la institución no se está contemplando de manera adecuada las competencias de emprendimiento para los alumnos repercutiendo en que desconozcan los conceptos básicos del diseño de los planes para generar negocios sostenibles. Además, se detecta que no se están formando a individuos con las competencias para arriesgarse a ser independientes, para que progresen y aprendan de los fracasos, es decir, carecen de la predisposición al riesgo de emprender, incidiendo desfavorablemente en generar negocios a futuro. Por todo lo indicado, los resultados revelan que la capacidad de emprendimiento se asocia de manera directa con el conocimiento de los planes de negocio en dicha institución ubicada en la ciudad de Puno, durante el año 2018.

En la tesis denominada *“Educación empresarial y su relación con el desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, 2018”* ejecutada por Coila (2019), tuvo como propósito establecer cómo la educación empresarial se vincula con la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad del Altiplano durante el año 2018. El estudio es correlacional y descriptiva. Los 430 alumnos del ciclo 2018-1 del cuarto al quinto ciclo conformaron a la población, y se obtuvo a 203 como muestra. Se concluye que la educación empresarial se asocia a nivel moderado con el desarrollo de capacidades emprendedoras de los alumnos ($r=0.666$; $p=0.000$); la formación profesional se vincula a nivel moderado con el desarrollo de capacidades emprendedoras del estudiante ($r=0.455$; $p=0.000$); el desempeño docente se asocia a nivel moderado con el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los alumnos ($r=0.511$; $p=0.000$).

A nivel local

En la tesis titulada “*La formación por competencias y su relación con el desarrollo del espíritu emprendedor en los estudiantes de Administración de la UNASAM, 2015*” elaborado por Vilchez (2020), tuvo como finalidad conocer si formar por competencias incide en el desarrollo del espíritu emprendedor, El estudio corresponde a un estudio aplicado. Los 391 alumnos del semestre 2015-2 de administración conformaron a la población, y se obtuvo a 130 como muestra. Concluye que formar por competencias a los estudiantes índice de manera significativa en desarrollar su espíritu emprendedor para fomentar ideas de negocio (p:0.0001). Además, la praxeología (p:0.018), la axiología (p:0.014) y la epistemología (p:0.000) se vinculan de modo significativo con la formación por competencias. Asimismo, los factores motivacionales de la necesidad de logro y el desarrollo profesional (p:0.026), las características personales de la capacidad de iniciativa, en la toma de decisiones y tolerar la presión (p:0.042), las características físicas de la capacidad de la innovación, resolución de problemas y planificación (p: 0.041) y las competencias intelectuales del liderazgo, conocer el negocio, uso de los recursos y efectividad (p: 0.034) se vinculan de modo significativo en desarrollar el espíritu emprendedor de los alumnos.

3.2. Bases Teóricas

A. Competencias de emprendimiento

A.1 Definición de capacidad

Capacidad es un término que tiene muchos significados, y va depender del contexto en que se le ubique. Además, puede referirse a un conjunto de recursos y actitudes que tiene un individuo o también a las habilidades de una persona para desempeñar con eficiencia una determinada tarea. Por lo tanto, la capacidad se define como un conjunto de recursos y actitudes que tiene un individuo o también a las habilidades de una persona para desempeñar con eficiencia una determinada tarea.

Al respecto, Gómez et al. (2012) refiere al qué hacer; como comportamientos, actividades o acciones que conlleva a aprender algo. No se refieren al qué aprender o contenidos, sino a la actividad a realizar en relación con el entorno y con el contenido del aprendizaje, buscando las que favorezcan una mayor estimulación y decisión personal.

A.2. Definición de emprendimiento

Según T. Duarte y Ruiz (2009) el emprendedor se refiere al agente que adquiere medios de producción a ciertos precios y los combina de modo ordenado para obtener un nuevo servicio y/o producto. Además, es un individuo previsor, líder, comunicador, afronta riesgos y evaluador de planes y/o proyectos que logra optimizar los recursos para lograr el mayor rendimiento.

De acuerdo con Porter (1996) señala que un emprendedor debe ser un individuo actualizado, flexible y estar alerta a los cambios que surjan en el entorno, de esta manera sostener su competitividad empresarial tanto interna como externa.

A.3. Capacidad Emprendedora

De acuerdo con Sánchez (2013) son las habilidades, la mentalidad y el ánimo de un individuo para fundar a futuro un negocio. También implica poseer la predisposición para afrontar retos que implica todo el proceso de sostener la empresa en una posición competitiva.

Romero (2012) señala que es el conjunto de actitudes y habilidades de un individuo para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado, planificar todo el proceso de creación de un ente y fundarlo para la búsqueda constante de beneficios.

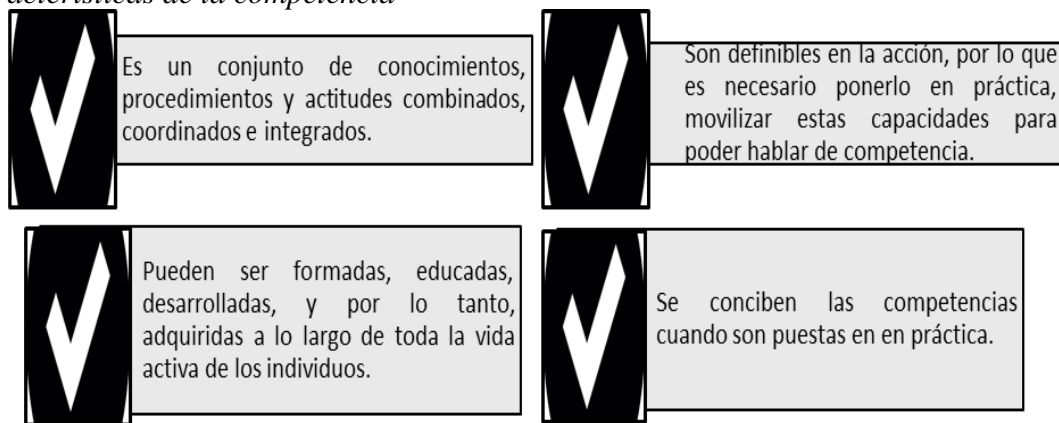
Además, Rusque (2005) señala que algunos rasgos característicos de una persona que posee la capacidad emprendedora es que constantemente desea lograr sus objetivos, son independientes, creativos, innovadores, independientes, afrontan riesgos y es determinante.

Tinoco (2008) hace referencia que la capacidad emprendedora se plasma en un proyecto de vida que contenga elementos innovadores para que se concrete lo más antes posible. Por lo que, el individuo desarrolla proyectos viables e innovadores, los materializa y establece las condiciones óptimas para su sostenibilidad.

A.4. Características

Martínez y Carmona (2009) identifican características fundamentales que subyacen al concepto de competencia, que en la siguiente figura se presenta:

Figura 2
Características de la competencia

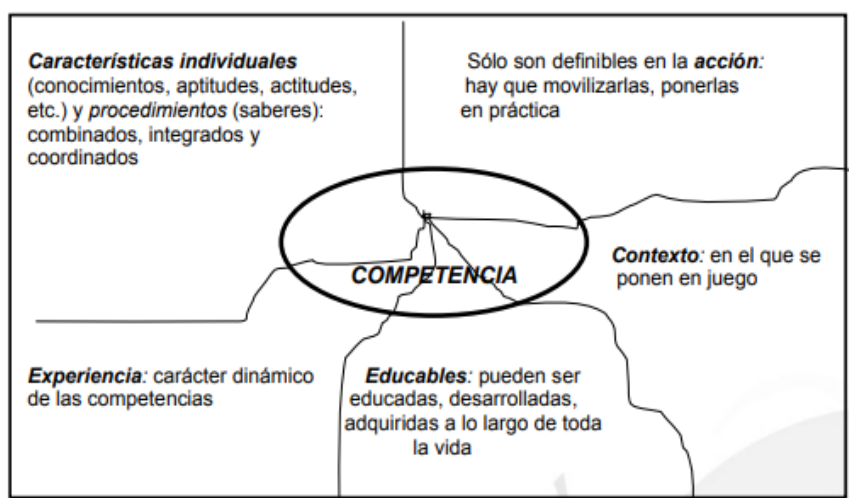


Fuente: (Martínez y Carmona, 2009)

Haciendo un resumen de las características de las competencias, se aprecia que hacen referencia a las características individuales y a los procedimientos o saberes, que son definibles en la acción.

Por su parte, Martínez y Carmona (2009) muestran en siguiente figura las características inherentes de la competencia, donde destaca un elemento importante, es educable. Esta característica está muy vinculada a la experiencia, que denota el carácter dinámico de las competencias, al tiempo que nos indica su capacidad para ser educadas, desarrolladas por medio del aprendizaje a lo largo de toda la vida.

Figura 3
Representación en Puzzle de la Noción Integrada de Competencia



Fuente: Martínez y Carmona (2009).

A.5. El proceso emprendedor

Velandia (2019) asevera que el proceso del emprendedor inicia cuando desarrolla la competencia de investigador y reconecedor de las oportunidades atractivas, como se puede observar en la figura:

Figura 4

El proceso emprendedor



Fuente: Velandia (2019).

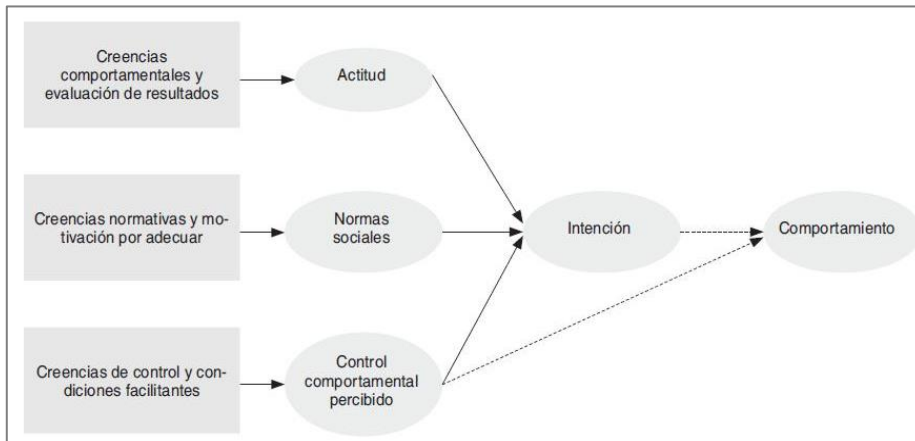
La correcta y oportuna lectura del contexto permitirá conocer las iniciativas que se han tratado implementar (posible competidores y sustitutos) además, cuáles han sido los aciertos y desaciertos, también posibilita la identificación de las necesidades y oportunidades de negocio locales.

A.5. Modelos de las competencias de emprendimiento

- **Modelo del comportamiento planificado**

Rodríguez y Prieto (2009) señalan que para identificar las competencias de emprendimiento de los individuos se deben indagar los factores que los motivan y su fuente de incentivos. Por lo tanto, un primer pilar son las creencias que imponen la sociedad, tanto normativas, de control y comportamentales, por lo que la intención luego se convierte en una acción. Ello traducido en los negocios, la intención se refleja el fuerte deseo de fundar una empresa que dependerá de las creencias del propio individuo y el entorno en donde se desarrollará, por lo que participan activamente un determinante personal y contextual. A continuación, se aprecia el modelo en la siguiente figura:

Figura 5
Modelo del comportamiento planificado



Fuente: (Rodríguez y Prieto, 2009)

- **Modelo sistémico**

El modelo desarrollado por Reyes y Hidalgo (2020) considera que las conductas del emprendimiento están conformadas por un conjunto de rasgos característicos de los individuos, tal es el caso de poseen un sentido crítico, proyectarse al cumplimiento de las metas y propósitos, están al tanto de las oportunidades del mercado fuente de negocios rentables, ser resilientes y ser autosuficientes. A continuación, se presenta:

Figura 6
 Modelo sistémico



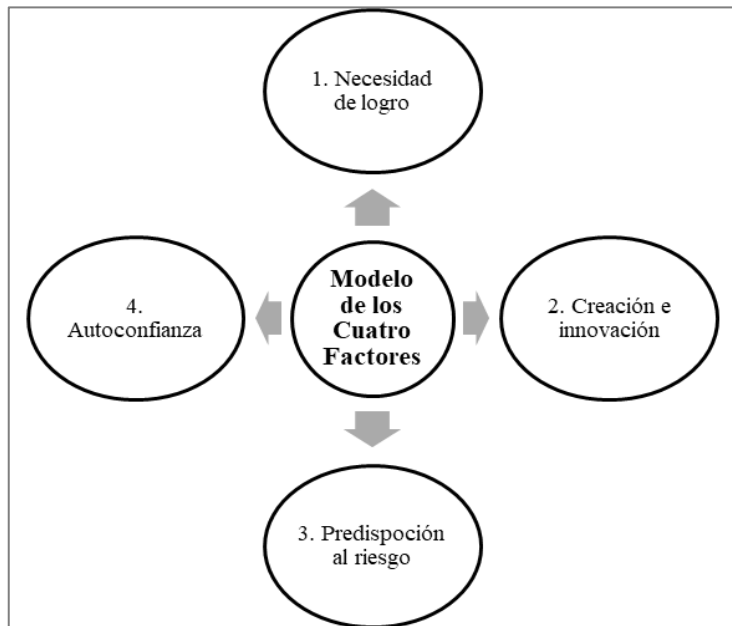
Fuente: (Reyes y Hidalgo, 2020)

A.6. Dimensiones e indicadores para la medición de las competencias de emprendimiento

La presente investigación se basó en el Modelo de los Cuatro Factores- Escala EAO “Entrepreneurial Attitude Orientation” realizado por Robinson et al. (1991) cuyas dimensiones son las siguientes:

Figura 7

Modelo de los Cuatro Factores



Fuente: Robinson et al. (1991)

1. Necesidad de logro:

Referida a la búsqueda constante de concretar los propósitos de cada individuo en los negocios, de la misma manera lograr representar a un equipo de trabajo, la autorrealización y autoestima. Por lo cual la persona indaga los posibles riesgos para poder afrontarlos y aprender día a día (Robinson et al., 1991).

Indicadores:

- a. **Liderazgo:** Es la influencia que ejerce un individuo hacia otro con el propósito de dirigirlos hacia un fin común. Además, es una competencia clave de los emprendedores para que direccionen al talento humano que va laborar en su negocio para generar su compromiso para el cumplimiento de los fines de la empresa (Durán y Arias, 2016).

- b. Analizar logros futuros:** referida a que el emprendedor genera e identifica las oportunidades del mercado que han pasado desapercibidas por otros (Durán y Arias, 2016).
- c. Capacidad de trabajo en equipo:** es la competencia de buscar colaboración mutua con un grupo de individuos y asociarse con personas de diversas especialidades para que se pueda conseguir una sinergia para el logro de los fines empresariales a corto, mediano y largo plazo (Robinson et al., 1991)

2. Creación e Innovación:

Sánchez (2013) postula que es la competencia del emprendedor de buscar un valor agregado diferenciador del producto y/o servicio ofertado. Además, es un proceso de adaptación a la transformación digital y tecnológica acorde a los cambios del entorno para que el negocio sea sostenible a través de los años.

Indicadores

- a. Curiosidad por lo novedoso:** significa que el individuo se realiza cuestionamientos respecto a los últimos cambios que surgen en su entorno para la búsqueda de oportunidades de negocio (Robinson et al., 1991).
- b. Ideas ingeniosas e innovadoras:** proceso por el cual el individuo brinda y propone alternativas que sean diferenciadoras, únicas, difíciles de imitar y de calidad frente a otras (Sánchez, 2013)
- c. Generadora de cambios:** es la postura del individuo de ser flexible y adaptarse con facilidad a los cambios que surjan en su entorno por el bien de su negocio (Romero, 2012)

3. Predisposición de riesgo:

Farfán (2017) señala que es la capacidad que posee un individuo o un grupo de personas para asumir algún tipo de pérdida frente a la inversión en algún tipo de emprendimiento. En el campo de los negocios es asumir una situación de incertidumbre cuando se pretende invertir en un nuevo sector, expedirse a otros mercados, incorporar nuevos productos y/o servicios, contratar a un nuevo personal, adquirir una maquina nueva, entre otros, con la finalidad de conseguir algún beneficio.

Indicadores:

- a. **Arriesgarse por independencia:** referida a que el individuo se arriesga a asumir riesgos para no depender de otros (Farfán, 2017).
- b. **Arriesgarse para progresar:** es la capacidad del individuo de buscar mejores alternativas que permitan conseguir un mayor beneficio (Robinson et al., 1991)
- c. **Arriesgarse para aprender:** es la capacidad de la persona de asumir los desaciertos que implica el proceso de invertir en un negocio, y que a futuro aplicará la prudencia para analizar los riesgos de sus decisiones (Farfán, 2017)

4. Autoconfianza:

Romero (2012) asevera que es la competencia de convencimiento que posee un emprendedor de lograr sus propósitos empresariales con una actitud positiva, es una arma que le brinda seguridad.

Indicadores:

- a. **Autoestima,** está vinculada a un sentimiento de aceptación de las potencialidades, cualidades y debilidades de una persona, que le permite emprender con seguridad en un negocio (Robinson et al., 1991).
- b. **Toma decisiones con facilidad:** referida al criterio de una persona para identificar, analizar y evaluar alternativas de negocio para emprenderlo a futuro. (Romero, 2012).
- c. **Actúa con seguridad:** es la capacidad de una persona de actuar con confianza para que se plantarse metas para su consecución (Romero, 2012).

B. Actitud del desarrollo de ideas de negocio

B.1. Definición

Para Vigo (2015) postula que es el convencimiento de un individuo de convertir una idea a un negocio a un futuro, teniendo en claro las nociones teóricas y todo el proceso que implica su fundación.

Es la posición de un individuo de gestionar sus recursos para la búsqueda de utilidades al fundar una organización (Durán y Arias, 2016).

Marulanda et al. (2014) aseveran que son los conocimientos, destrezas y competencias que definen a un individuo para la creación de negocios en su entorno y generar oportunidades de empleo.

Duarte (2013) refiere que son las cualidades de un individuo para generar proyectos que impacten positivamente en la sociedad para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

“La idea de negocio es fácil y viable que se traduce en un emprendimiento, basado en la intención, acción e implica su fundación” (Emeremadu et al., 2021, p. 279).

B.2. Actitud emprendedora y estilos emocionales

Durán y Arias (2016) postulan que los estilos emocionales tienen un rol importante en la actitud emprendedora, porque pueden ser una fuente de inseguridades o barreras para concretar con la fundación de una empresa. Por lo que, la persona debe estar preparada emocional y psicológicamente para enfrentar las diversas situaciones sociales, políticas, económicas, culturales, entre otros que se atraviesen en su camino de emprender.

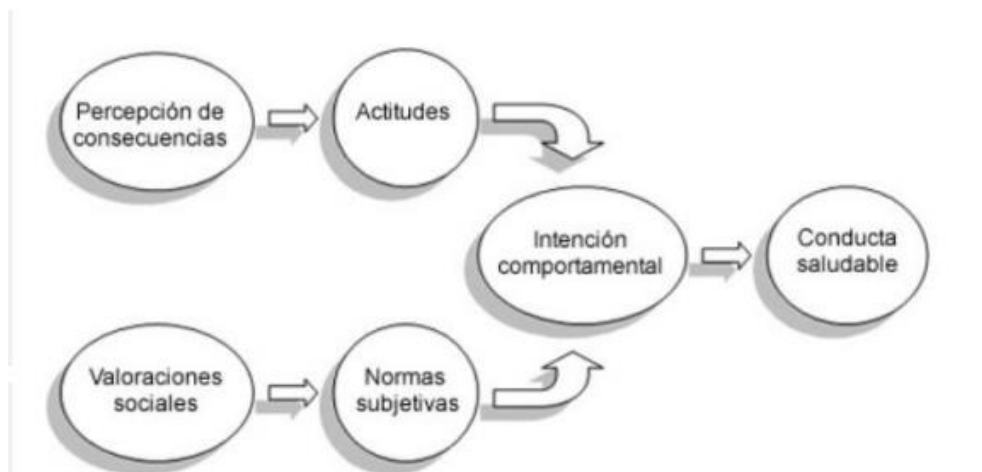
Salvador (2008) señala que es importante que las personas manejen adecuadamente su inteligencia emocional, de esta manera poder ser autosuficientes al momento de emprender, lo que implica ofrecer constantemente nuevos productos y/o servicios para aprovechar las oportunidades del entorno.

B.2. Modelos de la actitud del desarrollo de ideas de negocio

- **Modelo de la Acción Razonada**

El modelo desarrollado por Trafimow y Fishbein (1994) concibe a los individuos como seres que tienen un pensamiento crítico antes de tomar una decisión, ya sea en el ámbito personal, familiar, laboral o en los negocios. Por ello, las conductas de los seres humanos están guiadas por las normas impuestas por la sociedad, la percepción de lo que piensan los demás de uno y los valores morales a seguir, ahí nace una intención de optar por un comportamiento y que en efecto sea una conducta saludable. A continuación, se aprecia en la siguiente figura:

Figura 8
Modelo de la Acción Razonada

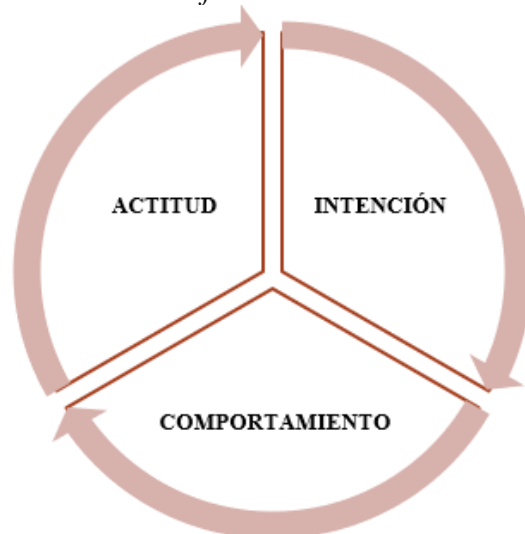


Fuente: (Trafimow y Fishbein, 1994)

- **Modelo de los 3 Factores de la Creación de Negocios**

Guachimbosa et al. (2018) aseveran que el modelo explica los determinantes para que los individuos funden una empresa, en un primer momento inicia con la intención de hacerlo realidad, posteriormente se convierte en un fuerte deseo por los beneficios que va a recibir, por lo que indaga los procedimientos y busca los recursos necesarios para para fundarlo, finalmente se materializa al ejecutar todo lo planificado. A continuación, se presenta:

Figura 9
Modelo de los 3 factores de la creación de negocios



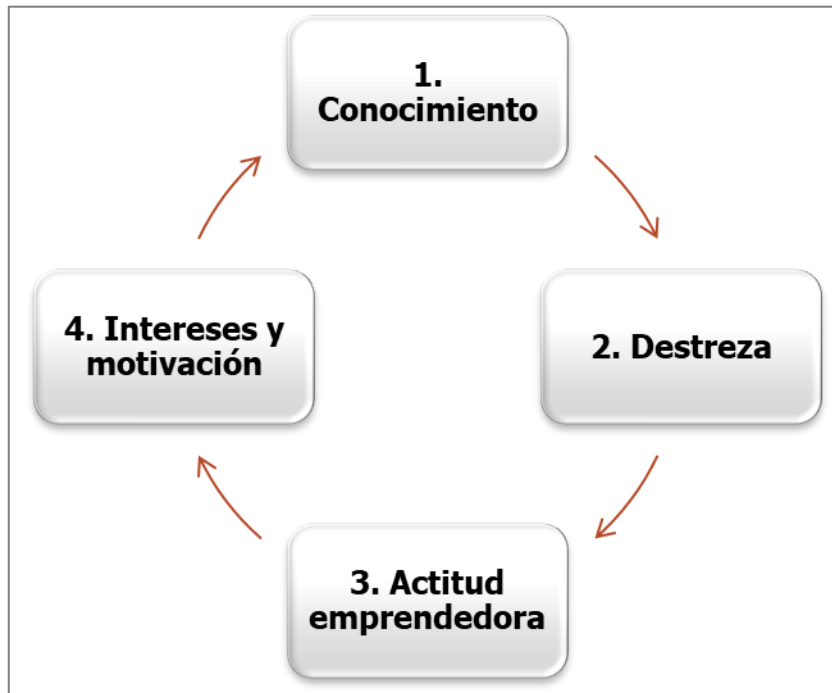
Fuente: (Guachimbosa et al., 2018)

B.3. Dimensiones e indicadores para la medición de la actitud del desarrollo de ideas de negocio

La investigación se basó en el Modelo de los Determinantes del Éxito Empresarial desarrollado por Vigo (2015) que a continuación se presenta:

Figura 10

Modelo de los Determinantes del éxito empresarial



Fuente: (Vigo, 2015)

1. Conocimientos:

Vigo (2015) postula que es importante que el emprendedor posea los fundamentos básicos para plasmar su idea de negocio, pueden ser con nociones académicas impartidas en un centro de formación o con la experiencia a través de los años.

Indicadores:

- **Conocimiento básico del tipo de negocio a crear:** Referida a la información que maneja una persona respecto a todo el proceso para constituir una empresa, elegir la actividad a la cual va a pertenecer, poseer financiamiento interno o externo, conocer las normativas del país tributarias, laborales, entre otros (García, 2014).

- **Conocimiento técnico:** referida a que el individuo cuenta con la capacidad de preparación y conocimiento de todo el proceso que implica la obtención del producto o servicio que se va a ofrecer en el mercado (Vigo, 2015).
 - **Conocimiento tecnológico:** es la capacidad de la persona de conocer, manejar e incorporar el uso de los medios tecnológicos, informáticos y digitales para que la empresa sea competitiva, por ejemplo ofrecer alternativas fáciles de pago por la banca móvil, pedido y delivery gratuito, venta online, personalización de los productos, entre otros (García, 2014).
 - **Conocimiento del mercado:** es la información valiosa de los clientes al cual la empresa ofertará sus servicios y/o productos, e ir actualizándolo de manera efectiva para superar sus expectativas (Vigo, 2015).
2. **Destreza:** Según Vigo (2015) se vincula a la habilidad de un individuo para ejecutar cierta actividad o tarea de modo efectivo.

Indicadores:

- a. **Confianza en uno mismo:** es el convencimiento de una persona de poseer las habilidades y capacidades para que su idea de negocio tenga éxito
 - b. **Creatividad:** es la convicción de un individuo de generar ideas de impacto en los negocios para resolver problemas a su entorno y a la sociedad (García, 2014).
 - c. **Iniciativa:** es el impulso voluntario de una persona para empezar a actuar y plasmar sus ideas de negocio que brinde oportunidades a su entorno (Vigo, 2015)..
 - d. **Perseverancia:** es un esfuerzo permanente y constante por parte de una persona para lograr sus metas propuestas (Vigo, 2015).
3. **Actitud emprendedora:** Pereda et al. (2002) postulan que es la mentalidad de un individuo de afrontar todo el proceso para crear un negocio y estar predispuesto a afrontar con resiliencia todos los retos que implican y sostenerla a través del tiempo.

Indicadores:

- a. **Riego de invertir:** es la capacidad de un individuo de afrontar sucesos de pérdida o la incertidumbre cuando decide fundar una empresa (Vigo, 2015).

- b. **Capacidad de compromiso:** es el sentido de conciencia del individuo de brindar lo mejor de sí mismo para garantizar la atención oportuna a los clientes y la calidad de sus servicios y/o productos (Pereda et al., 2002).
 - c. **Optimismo:** es la perspectiva positiva de un individuo vinculado al negocio que se está emprendiendo que permita la superación de todas las adversidades (García, 2014)
 - d. **Persistencia:** es la fuerza interna que posee una persona para brindar lo mejor de sí mismo, de este modo superar cada barrera en su emprendimiento (García, 2014)
4. **Intereses y motivaciones:** son las razones o fundamentos por el cual el individuo decide formalizar un negocio (Vigo, 2015).

Indicadores

- a. **Salir del desempleo:** el individuo genera ingresos propios frente a la carencia de un empleo dependiente para poder afrontar los gastos familiares y/o personales (García, 2014)
- b. **Generar puestos de trabajo:** es la capacidad de brindar ingresos a otras personas, a través de un vínculo laboral con el negocio que se está emprendiendo (Vigo, 2015).
- c. **Independencia financiera:** es la capacidad de una persona de afrontar sus gastos personales y generar ingresos para subsistir sin necesidad de pedir apoyo a externos (Vigo, 2015).
- d. **Crecimiento personal y profesional,** es la evolución constante y permanente de un individuo respecto a sus capacidades, competencias, habilidades, conocimientos para afrontar los retos de su entorno y ser competitivos en el mercado laboral (Pereda et al., 2002).

3.3. Definición de Términos

- **Actitud del desarrollo de ideas de negocio:** es el convencimiento de un individuo de convertir una idea a un negocio a un futuro, teniendo en claro las nociones teóricas y todo el proceso que implica su fundación (Vigo, 2015).
- **Actitud emprendedora:** es la mentalidad de un individuo de afrontar todo el proceso para crear un negocio y estar predispuesto a afrontar con resiliencia todos los retos que implican y sostenerla a través del tiempo (Pereda et al., 2002)
- **Autoconfianza:** es la competencia de convencimiento que posee un emprendedor de lograr sus propósitos empresariales con una actitud positiva, es una arma que le brinda seguridad (Romero, 2012).
- **Competencias de emprendimiento:** es el conjunto de actitudes y habilidades de un individuo para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado, planificar todo el proceso de creación de un ente y fundarlo para la búsqueda constante de beneficios (Romero, 2012).
- **Conocimientos :** Vigo (2015) postula que es importante que el emprendedor posea los fundamentos básicos para plasmar su idea de negocio, pueden ser con nociones académicas impartidas en un centro de formación o con la experiencia a través de los años. (Vigo, 2015)
- **Creación e Innovación:** es la competencia del emprendedor de buscar un valor agregado diferenciador del producto y/o servicio ofertado (Sánchez, 2013)
- **Destreza:** es la habilidad de un individuo para ejecutar cierta actividad o tarea de modo efectivo (Vigo, 2015).
- **Intereses y motivaciones:** son las razones o fundamentos por el cual el individuo decide formalizar un negocio (Vigo, 2015).
- **Necesidad de logro:** es la búsqueda constante de concretar los propósitos de cada individuo en los negocios, de la misma manera lograr representar a un equipo de trabajo, la autorrealización y autoestima (Robinson et al., 1991).
- **Predisposición de riesgo:** es la capacidad que posee un individuo o un grupo de personas para asumir algún tipo de pérdida frente a la inversión en algún tipo de emprendimiento (Farfán, 2017).

4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Tipo de Estudio

El estudio en referencia a su orientación fue aplicada, puesto que dependió de las doctrinas teóricas existentes para que se supere la problemática o deficiencias diagnosticadas en la institución; acorde a su alcance fue correlacional, se fundamenta en que se asociaron o vincularon las variables estudiadas. Acorde al alcance temporal, fue transversal, ya que recabar la información se ejecutó en un periodo determinado del tiempo. Y en referencia a su carácter fue cuantitativo, dado que se utilizó la herramienta estadística para ejecutar su medición. (Hernández et al., 2014)

4.2. Diseño de la Investigación

El estudio corresponde al no experimental, dado que no se ha alterado ninguna de las variables estudiadas; transversal, porque se procedió a recabar la información en un momento determinado del tiempo.

4.3. Población y Muestra

La población estuvo constituida por los 171 estudiantes de Administración-UNASAM del V al IX ciclo matriculados en el semestre 2022-I, dato que fue proporcionado por la dirección de la Escuela.

- **Criterio de inclusión:** Por la modalidad de estudios del semestre 2022-I fueron considerados los estudiantes matriculados en las materias que correspondan a un ciclo impar (V, VII y IX ciclo) de la escuela de Administración, porque han recibido sesiones de clases vinculados a la especialidad de ideas de negocio, nociones de empresa y emprendimiento acorde a la Malla Curricular.
- **Criterio de exclusión:** Fueron excluidos los estudiantes del I y III ciclo dado que los cursos brindados son básicos y generales. Además, no se les considera a los menores de 18 años de edad.

4.4. Unidad de análisis y Muestra

La muestra se halló con la siguiente formula de poblaciones finitas,

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Ciclo	N	n
V	51	45
VII	78	65
IX	42	38
Total		148

Donde:

- N= Población por estrato
- Z= Nivel de confianza (1.96=95%)
- p= 0.50
- q=1-p = 0.50
- e= error 5%

La muestra se conformó por 148 alumnos.

4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos

Para el estudio se optó como técnica a la encuesta, y el instrumento que fue elaborado fue el cuestionario, compuesto por un conjunto de interrogantes acorde a los indicadores de las variables y en escala Likert. Asimismo, antes de ser aplicado a la muestra se procedió a validarlo con tres especialistas en la materia recopilando sus apreciaciones, seguidamente se ejecutó su fiabilidad hallando el valor del Alfa de Cronbach, que en este caso el valor fue de 0.860 garantizando su consistencia y proceder con su aplicación (Hernández et al., 2014).

4.6. Análisis Estadístico e interpretación de datos

Una vez culminada la etapa de recabar la información, se realizó el proceso de codificación de todos los indicadores acorde a sus variables, seguidamente se creó la base de datos para su posterior tabulación y continuar con el análisis estadístico. Con el propósito de conseguir todo lo descrito se empleó el programa SPSS v.26, revelando de manera descriptiva los resultados en porcentajes, luego se ejecutó el análisis bivariado según los propósitos del estudio.

La prueba que se optó para contrastar la hipótesis fue el Coeficiente Rho de Spearman, porque el resultado de la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov revela que los datos tienen no una distribución normal ($p=0.000$).

Además, en el apartado correspondiente se interpretan cada uno de los resultados que responden la problemática, los objetivos e hipótesis de la presente investigación. Y se procedió a detallar la discusión teniendo como referencia las doctrinas teóricas y los antecedentes que se han citado para la redacción de las conclusiones y recomendaciones (Hernández et al., 2014).

Tabla 1
Baremos de las variables

Medición	Competencias de emprendimiento
Nivel deficiente	≤ 16
Nivel regular	Entre 17 a 58
Nivel bueno	$\geq a 59$

Medición	Actitud del desarrollo de ideas de negocio
Nivel bajo	≤ 21
Nivel regular	Entre 22 a 74
Nivel alto	$\geq a 75$

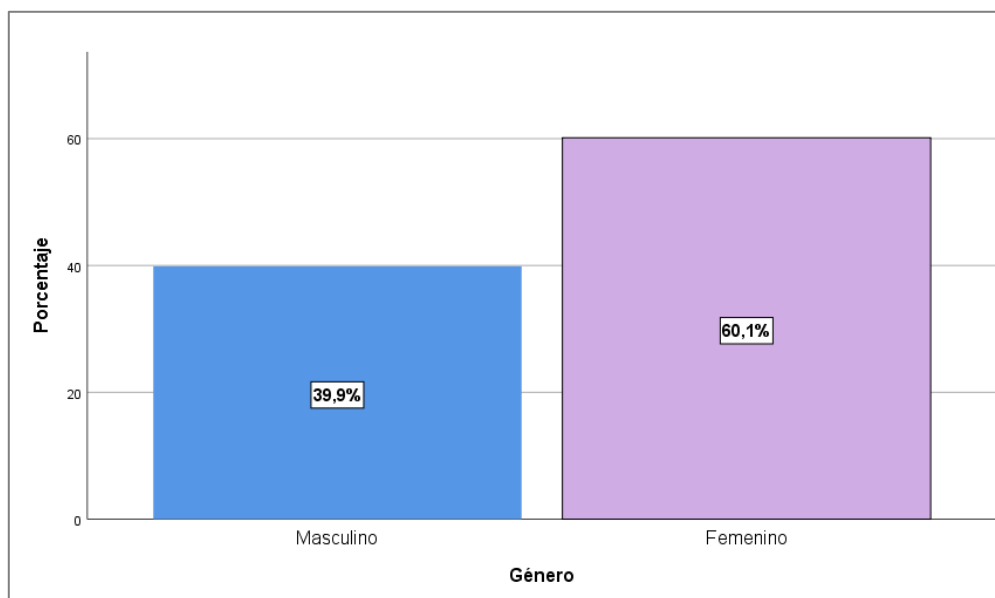
5. RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

Resultado de los datos generales

Figura 11

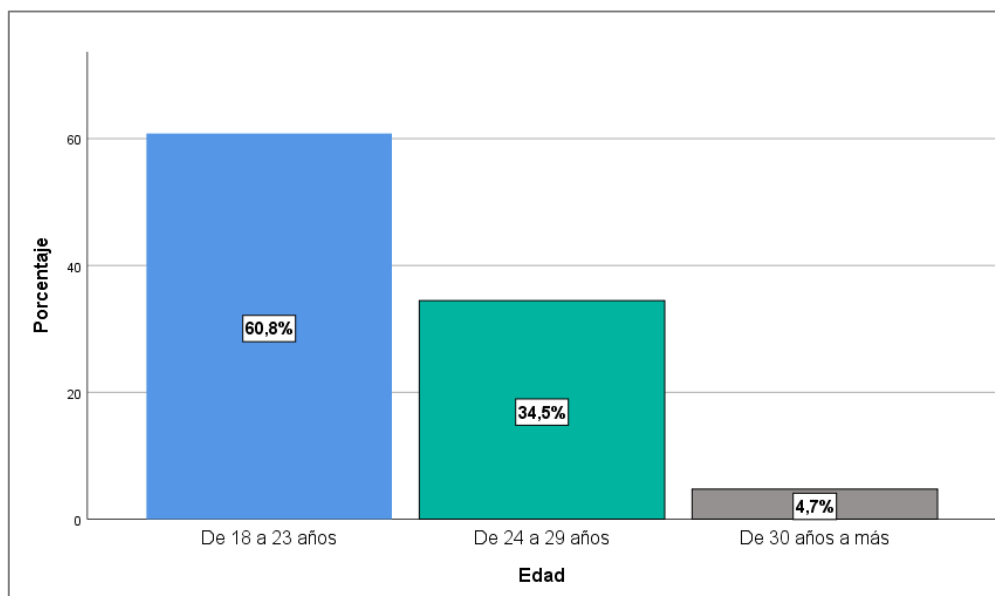
Género



En la figura 11 se revela que el 39,9% de los encuestados son del género masculino, mientras que el 60,1% del género femenino

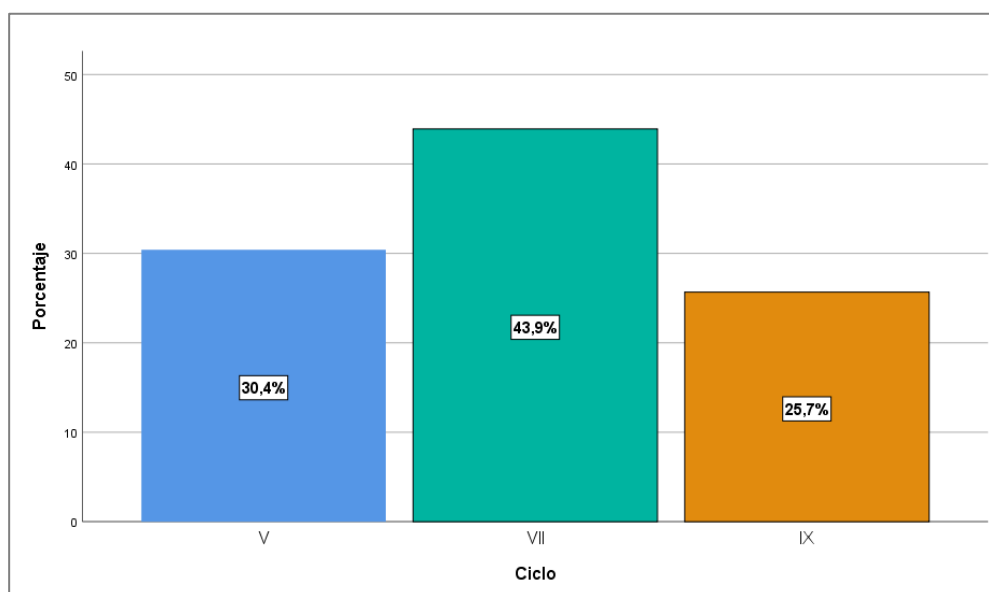
Figura 12

Edad



En la figura 12 se muestra que el 60,8% de los encuestados tienen entre 18 a 23 años, el 34,5% de 24 a 29 años y el 4,7% de 30 años a más.

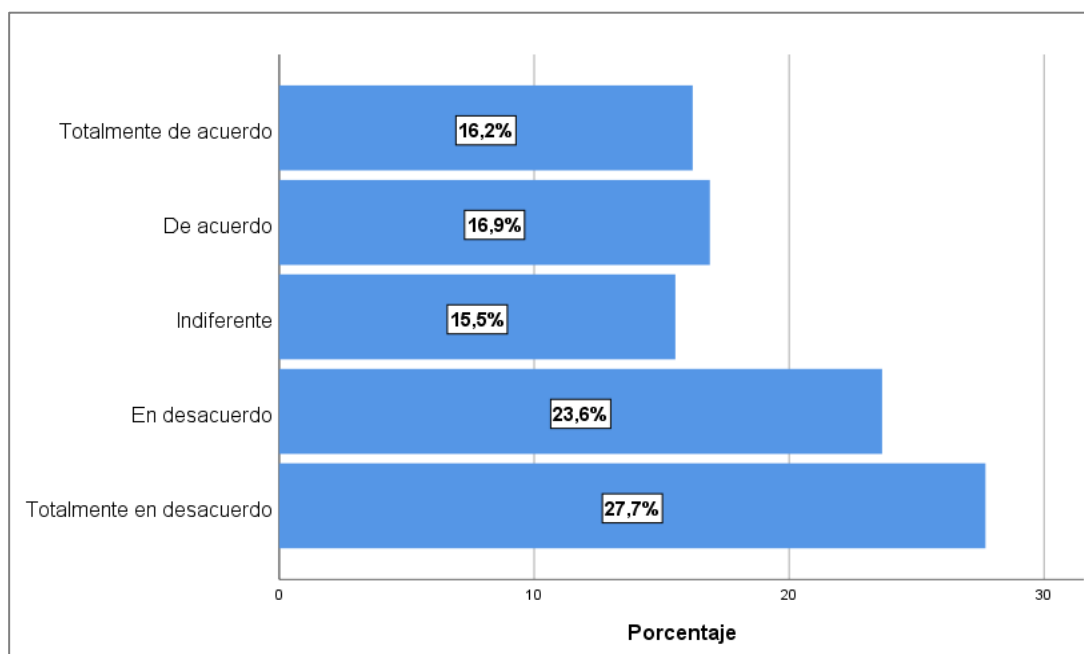
Figura 13
Ciclo



En la figura 13 se visualiza que el 43,9% de los encuestados están en el VII ciclo, el 30,7% en el V ciclo y el 25,7% del IX ciclo.

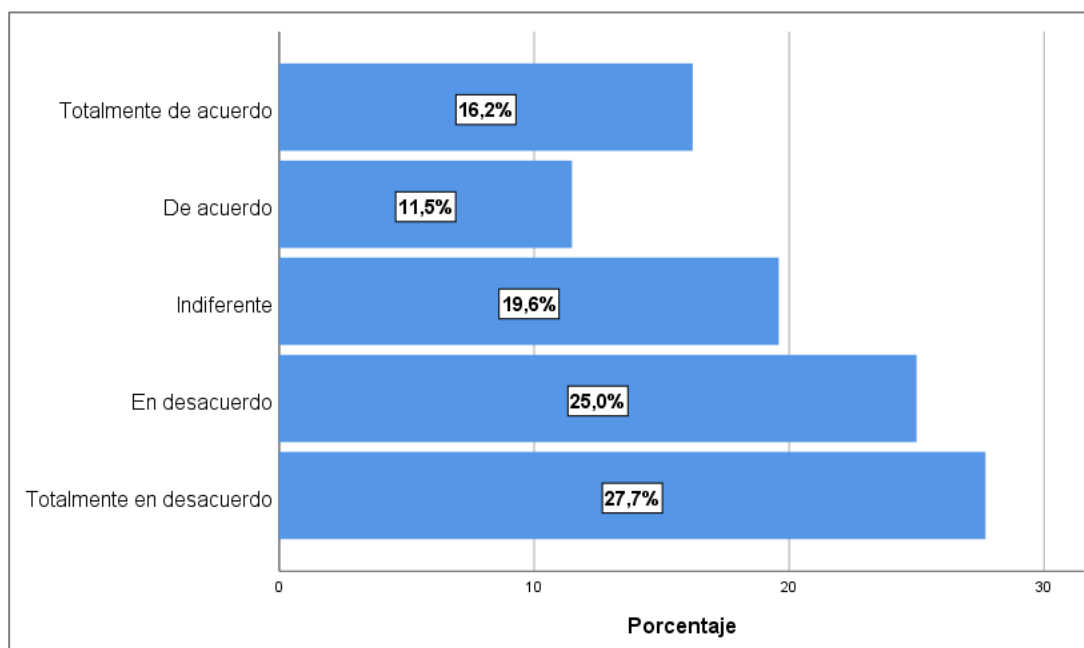
Resultados de los datos del estudio

Figura 14
Liderazgo



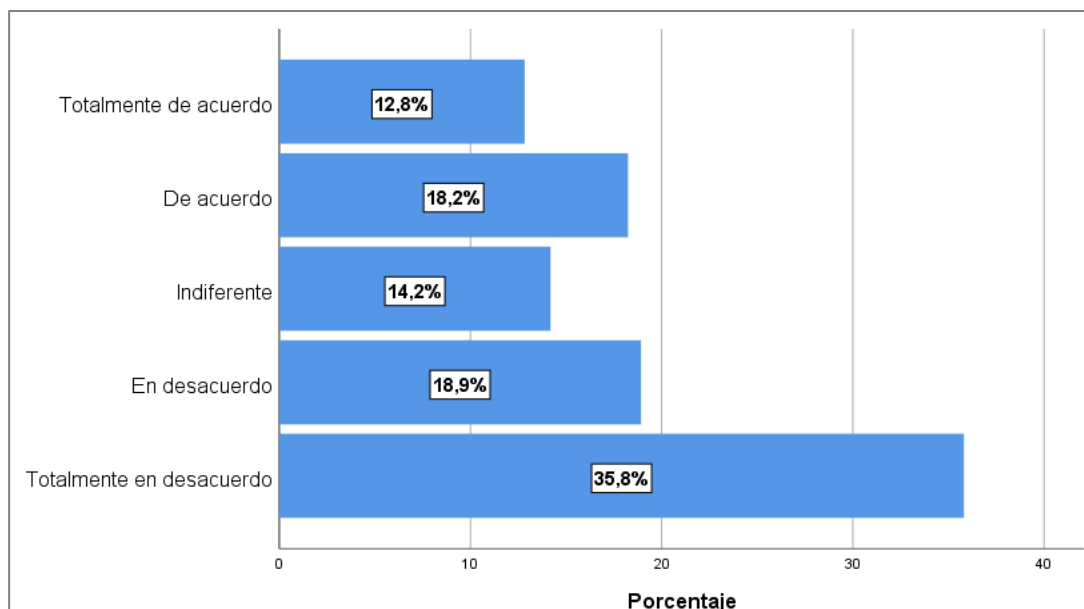
En la figura 14 se revela que el 27,7% de los encuestados están en totalmente en desacuerdo que están en la capacidad de dirigir con efectividad a un grupo de personas para el logro de las metas trazadas.

Figura 15
Analizar los logros futuros



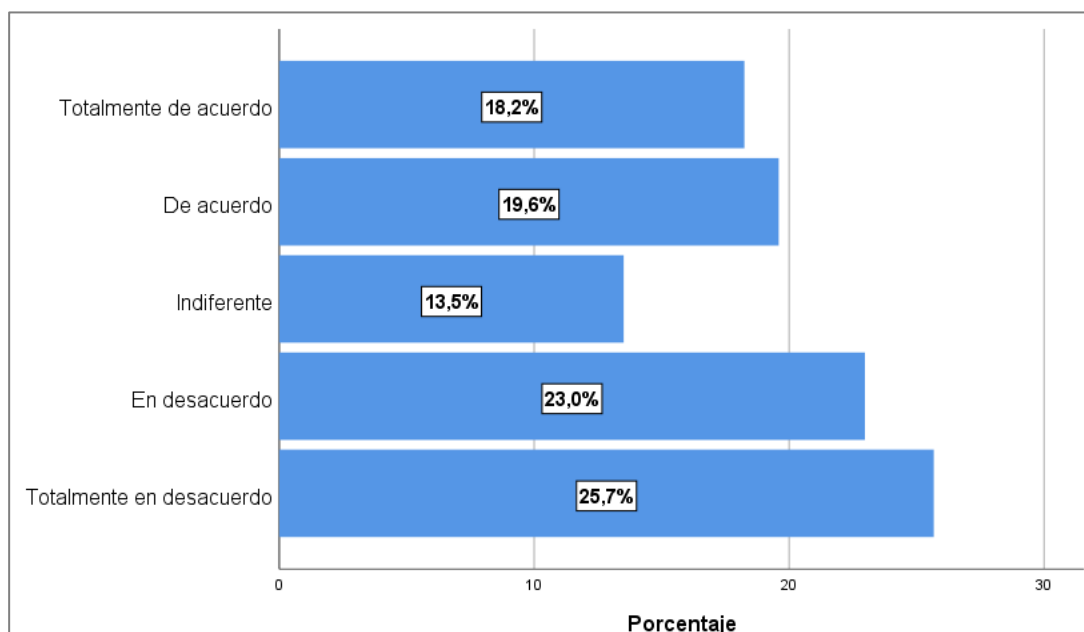
En la figura 15 se visualiza que el 27,7% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que tienen la habilidad para generar ideas e identificar oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios.

Figura 16
Capacidad de trabajar en equipo



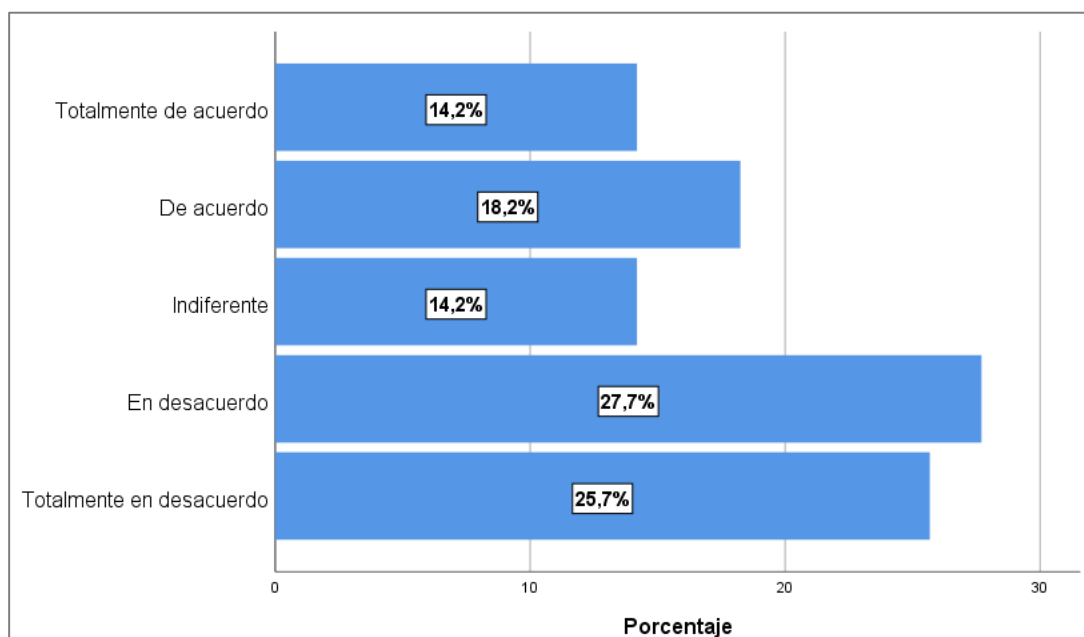
En la figura 16 se aprecia que el 35,8% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que tienen la capacidad de colaborar con los demás, formar parte del equipo y planear estrategias para el cumplimiento de los objetivos.

Figura 17
Curiosidad por lo novedoso



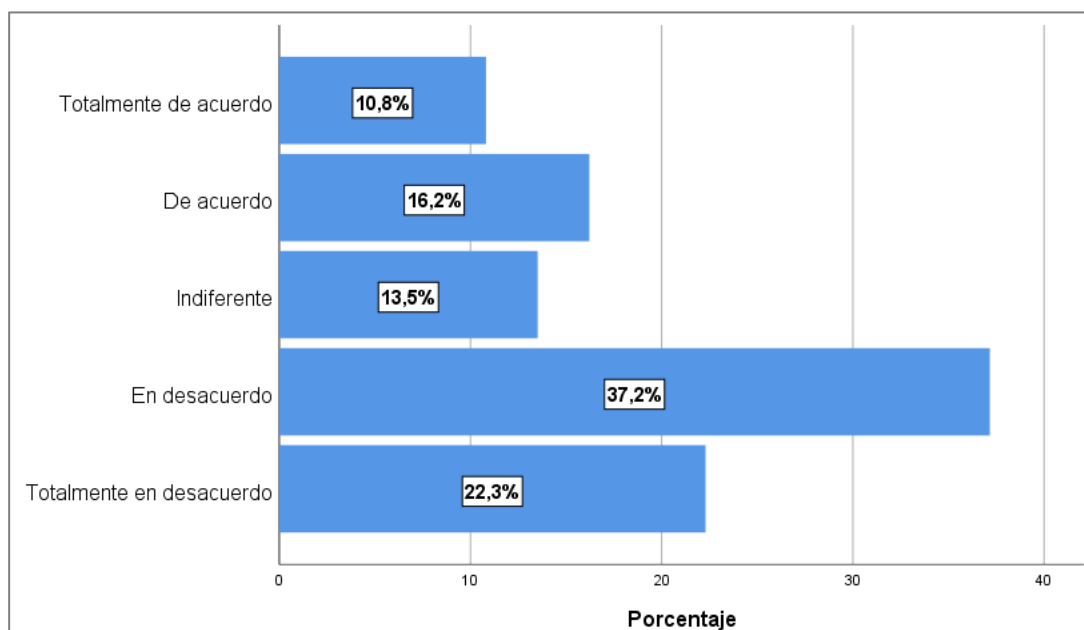
De la figura 17, el 25.7% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que son curiosos/as por lo novedoso para que busquen oportunidades de negocio.

Figura 18
Ideas ingeniosas e innovadoras



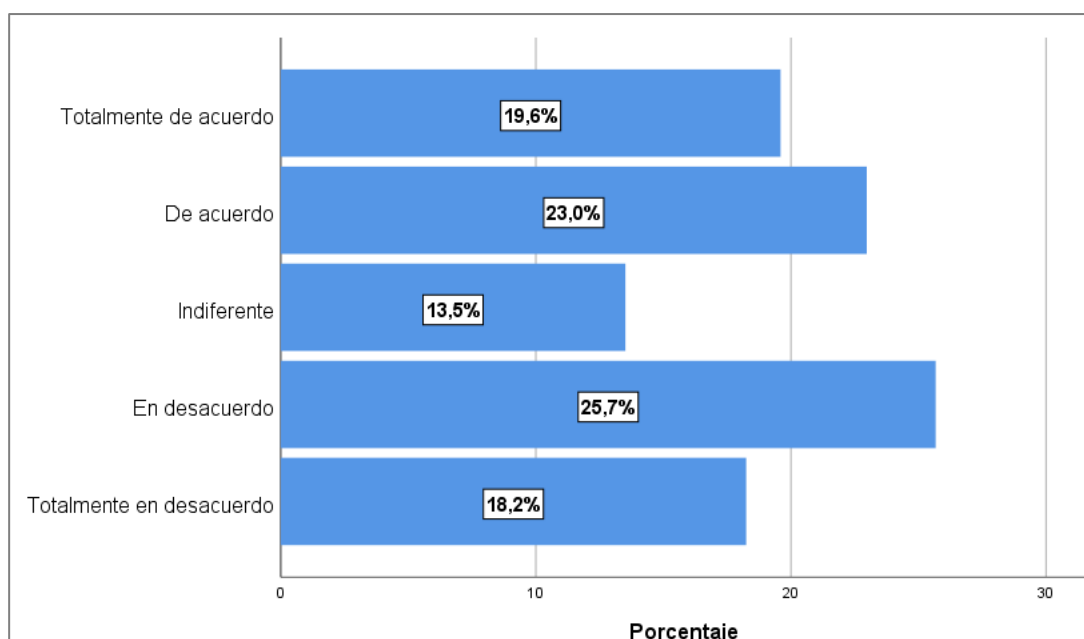
En la figura 18 se visualiza que el 27.7% de los encuestados están en desacuerdo que poseen la capacidad de proponer ideas ingeniosas y novedosas.

Figura 19
Generadora de cambios



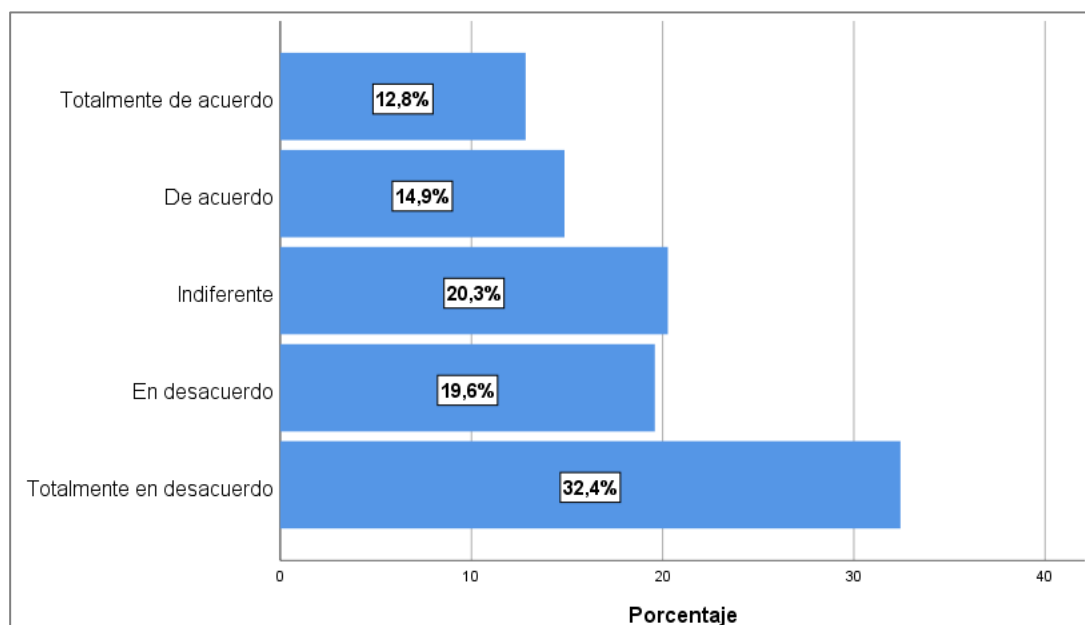
En la figura 19 se revela que el 37,2% de los encuestados están en desacuerdo que tienen la capacidad de ser flexibles y proponer cambios.

Figura 20
Arriesgarse por independencia



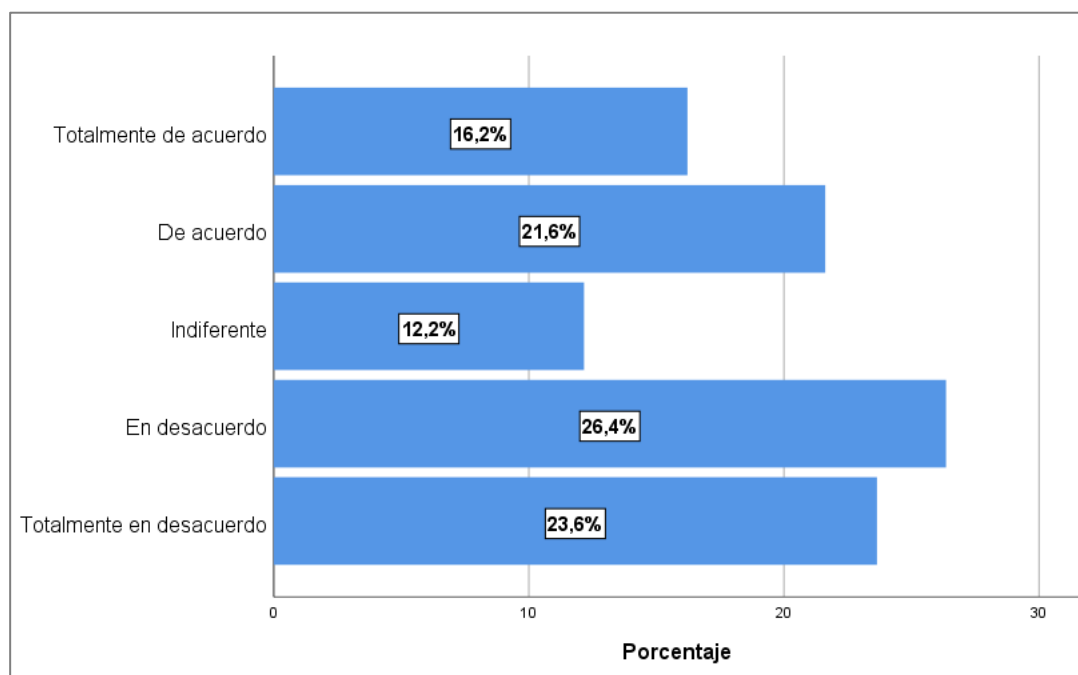
De la figura 20, el 25,7% de los encuestados están en desacuerdo que están dispuestos a asumir riesgos.

Figura 21
Arriesgarse para progresar



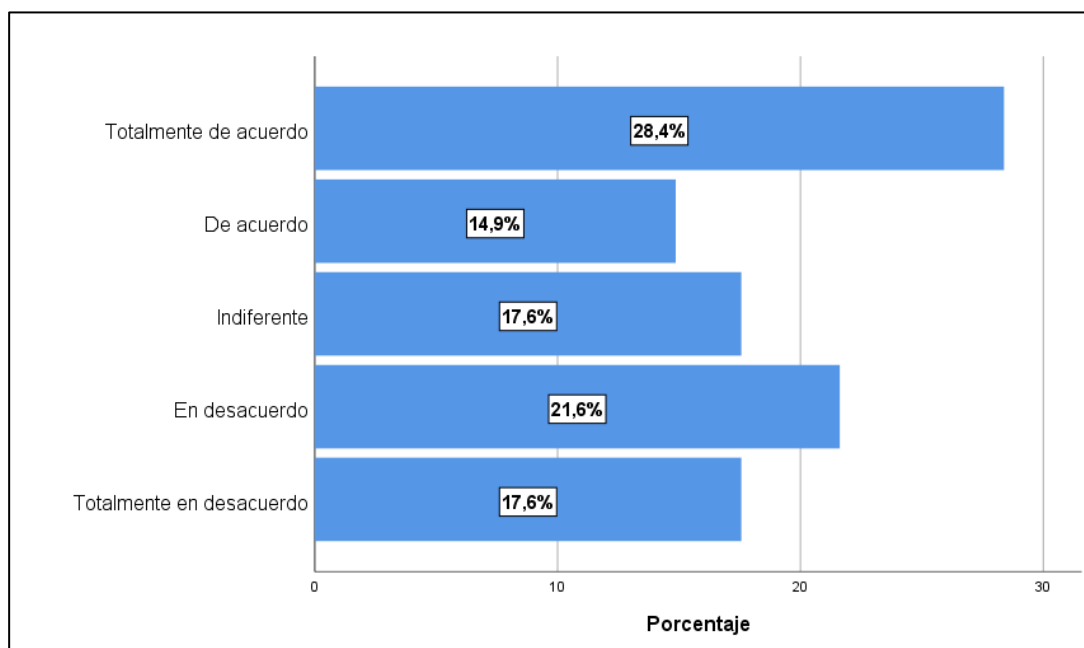
En la figura 21 se revela que el 32,4% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que son individuos con tendencia al progreso y con la búsqueda constante del mayor beneficio.

Figura 22
Arriesgarse para aprender



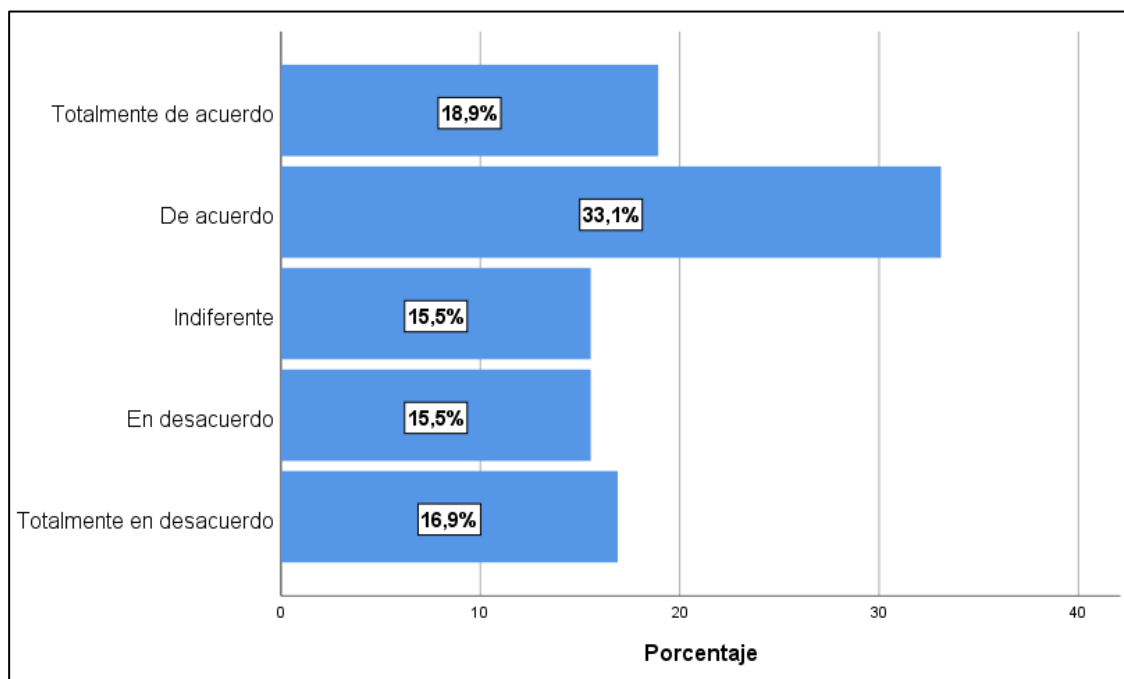
De la figura 22, el 26,4% de los encuestados están en desacuerdo que están dispuestos a aprender y ser prudentes para analizar los riesgos de sus decisiones.

Figura 23
Autoestima



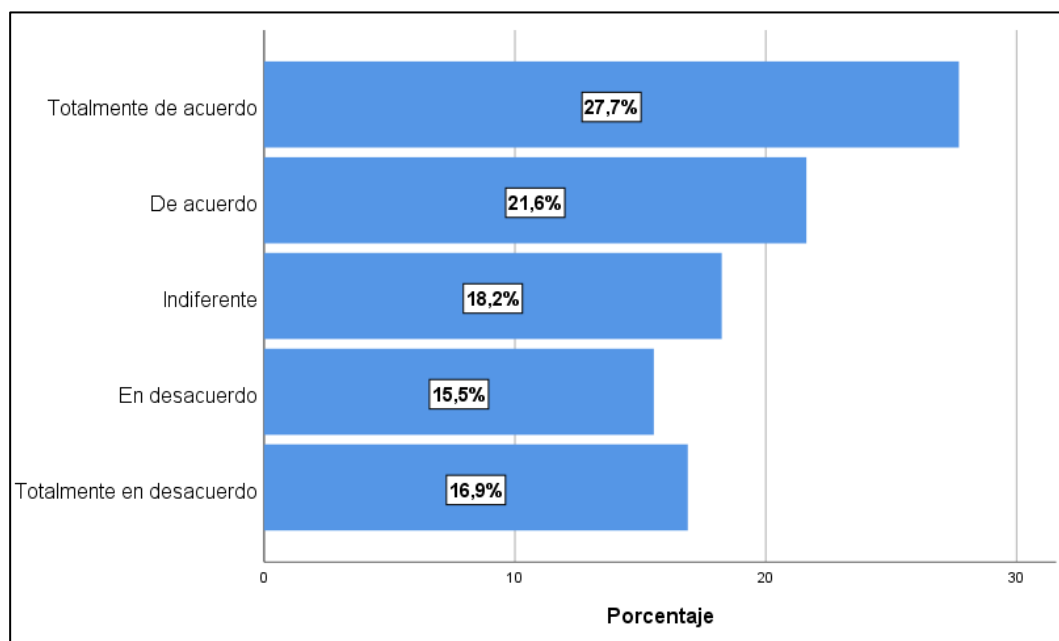
En la figura 23 se revela que el 28,4% están totalmente de acuerdo que están orgullosos con sus cualidades, virtudes, competencias y habilidades.

Figura 24
Toma de decisiones con facilidad



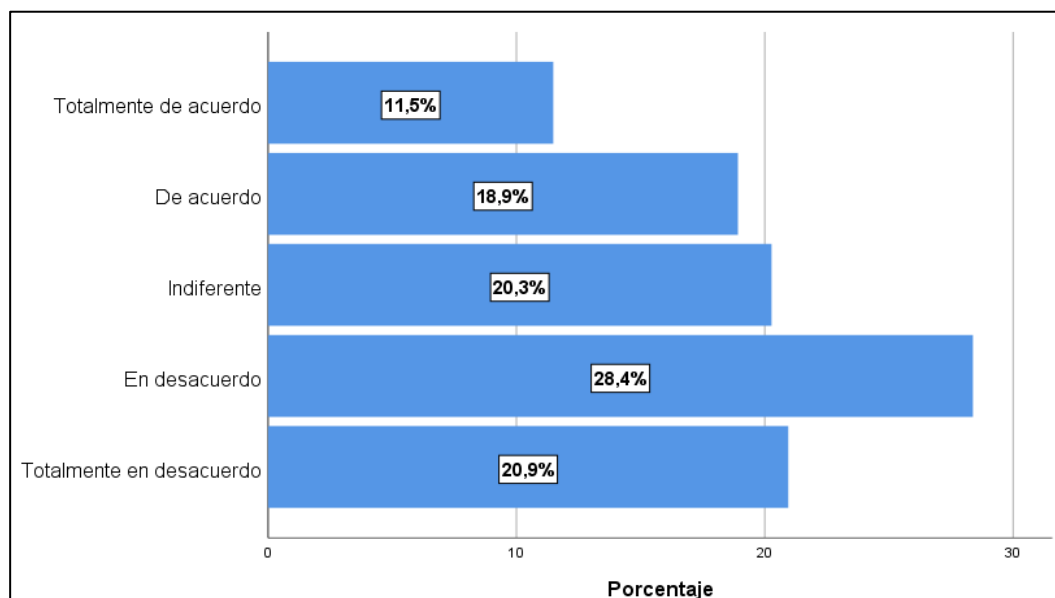
En la figura 24 se visualiza que el 33,1% de los encuestados están de acuerdo que tienen buen criterio para analizar, evaluar alternativas y tomar una decisión.

Figura 25
Actúa con seguridad



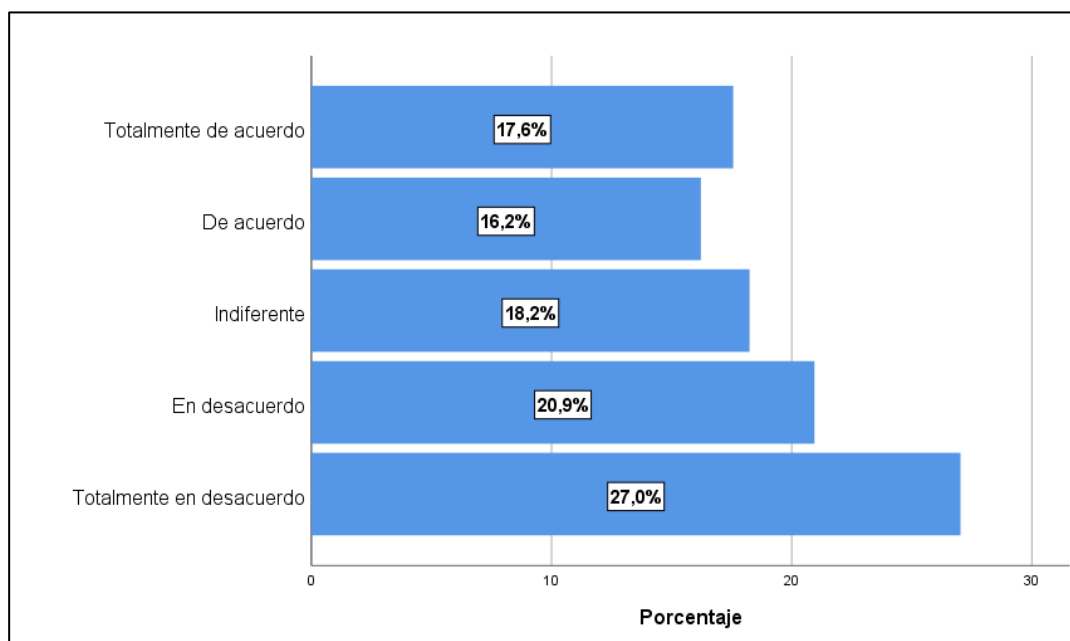
En la figura 25 se visualiza que el 22,7% de los encuestados están totalmente de acuerdo que constantemente se plantean metas y actúan con seguridad para concretarlas.

Figura 26
Conocimiento básico del tipo de negocio a crear



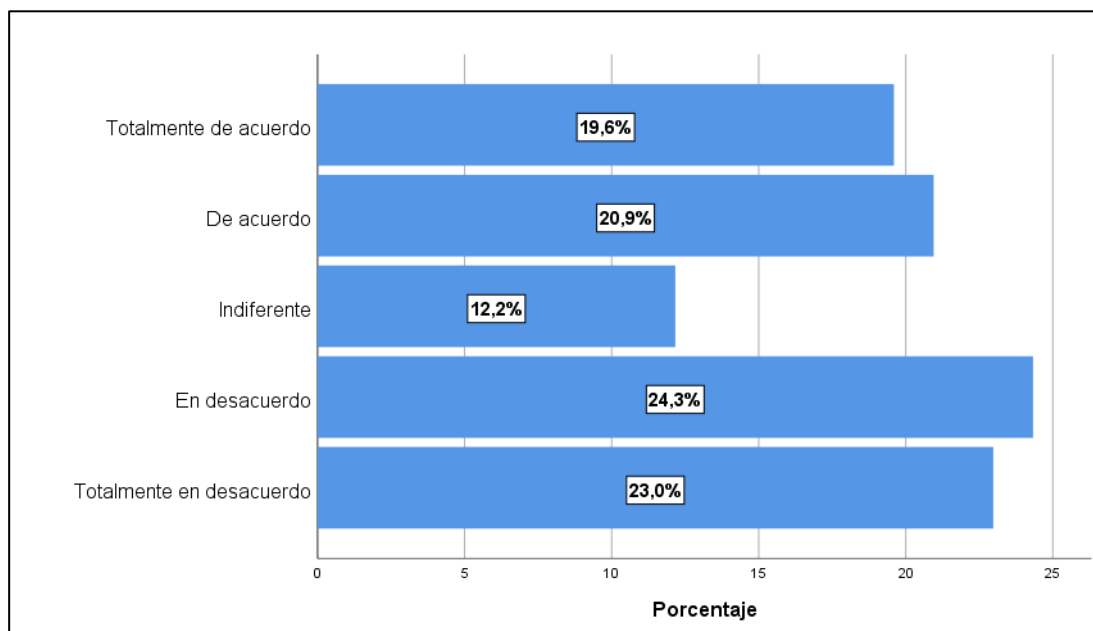
En la figura 26 se revela que el 28,4% de los encuestados están en desacuerdo que poseen conocimientos básicos para aportar en todo el proceso de la creación del negocio.

Figura 27
Conocimiento técnico



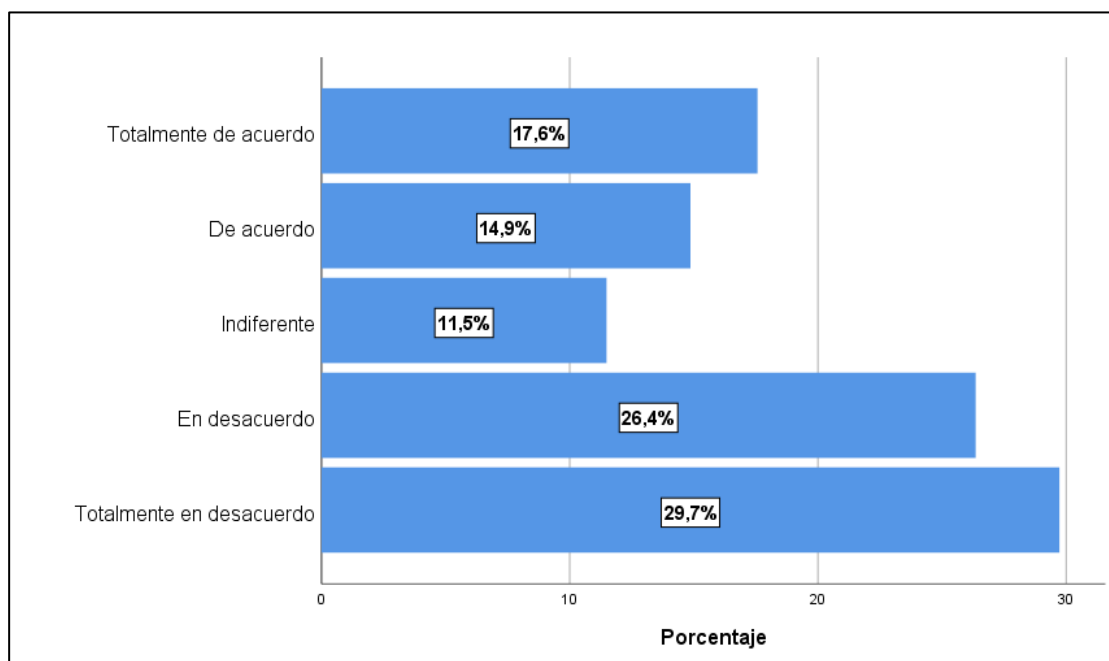
En la figura 27, el 22% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que tienen la preparación y el conocimiento técnico que implica todo el proceso de obtención del producto o prestación del servicio.

Figura 28
Conocimiento tecnológico



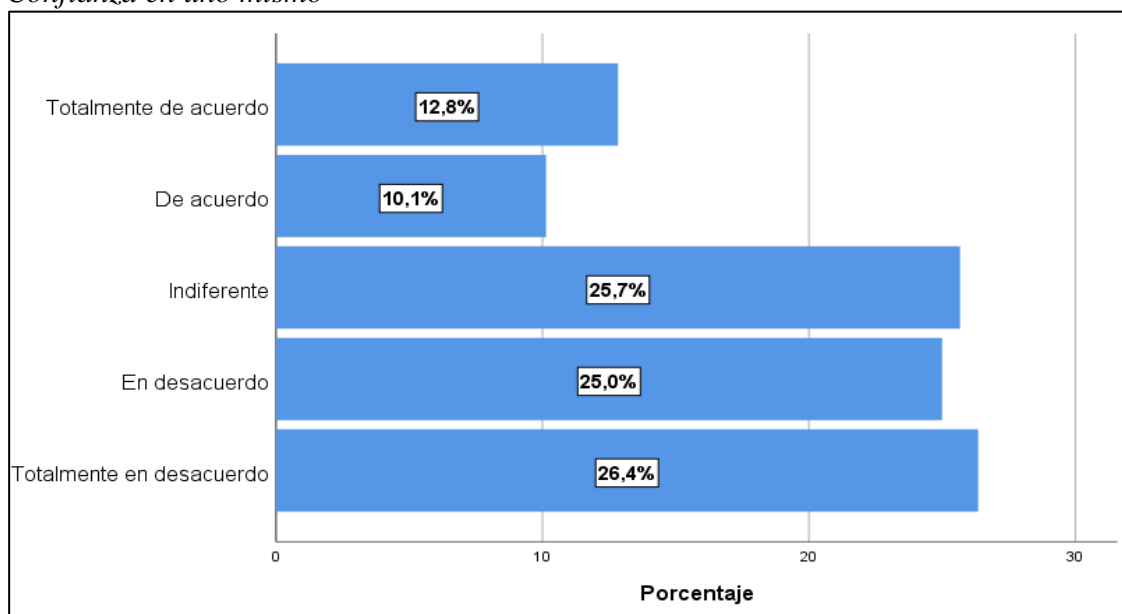
En la figura 28, se aprecia que el 24,3% de los encuestados están en desacuerdo que poseen las capacidades tecnológicas requeridas de acuerdo a la demanda del tipo de negocio a crear.

Figura 29
Conocimiento de mercado



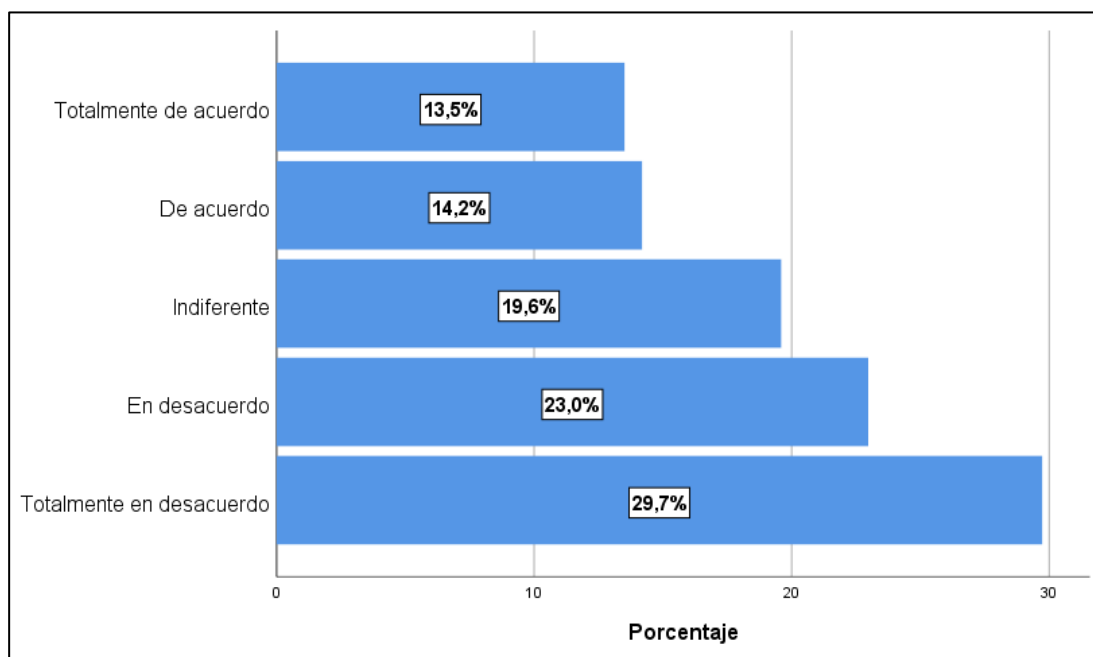
En la figura 29 se revela que el 26,4% de los encuestados están en desacuerdo que poseen los conocimientos del mercado al cual se va a dirigir el negocio para su sostenibilidad.

Figura 30
Confianza en uno mismo



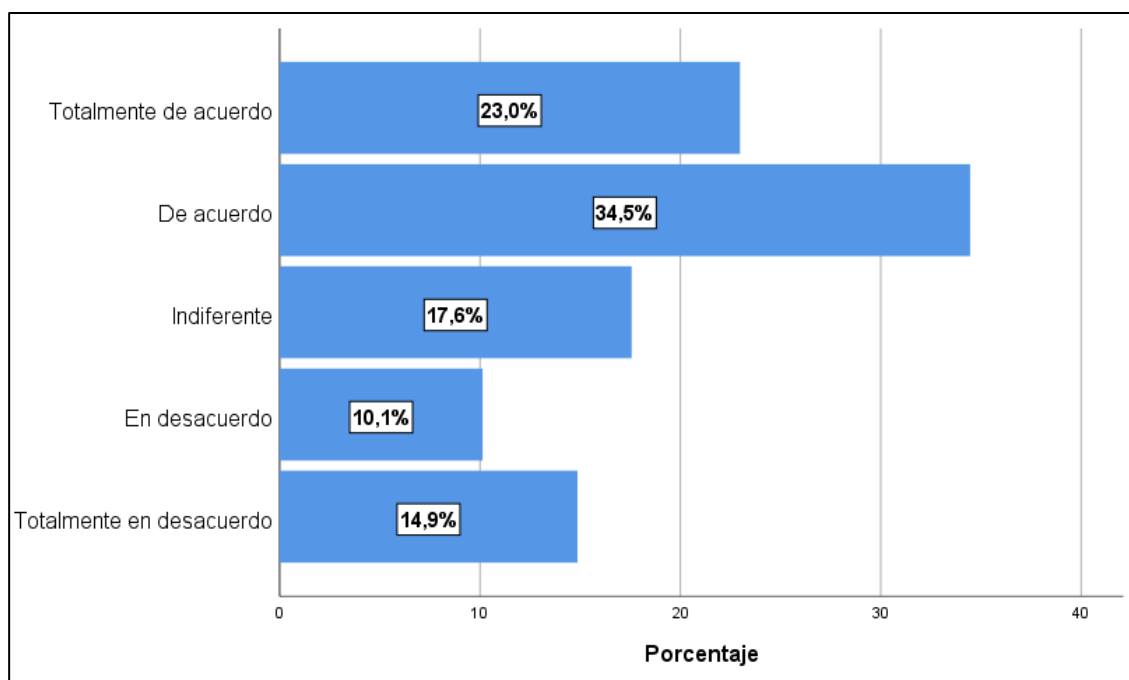
De la figura 30, el 26,4% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que tienen la capacidad y habilidad para que la idea de negocio que van a emprender tenga éxito a futuro.

Figura 31
Creatividad



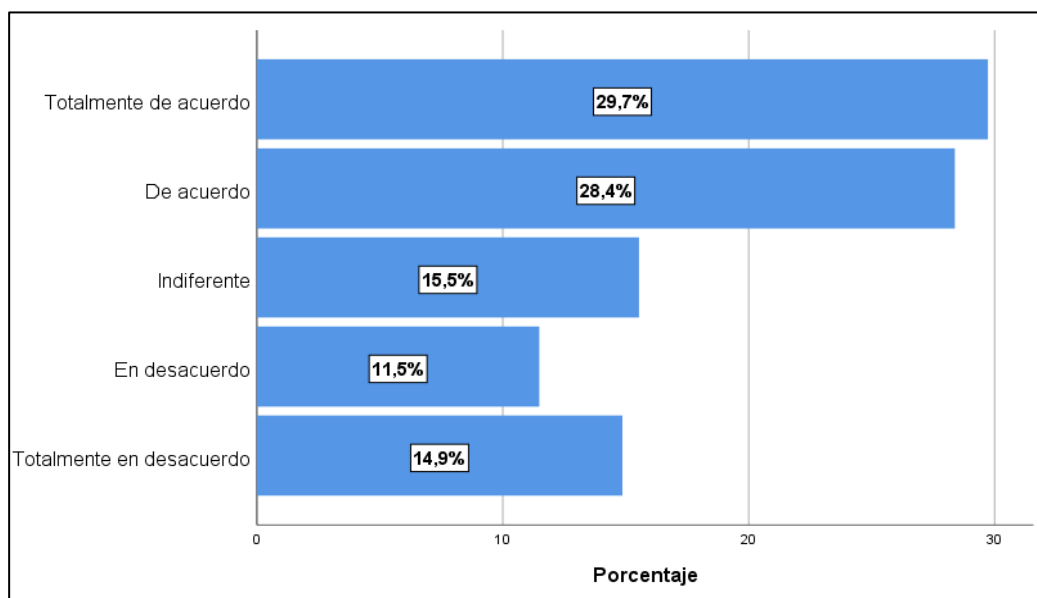
De la figura 31, el 29,7% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que poseen la habilidad creativa para la innovación constante al concretar la idea de negocio.

Figura 32
Iniciativa



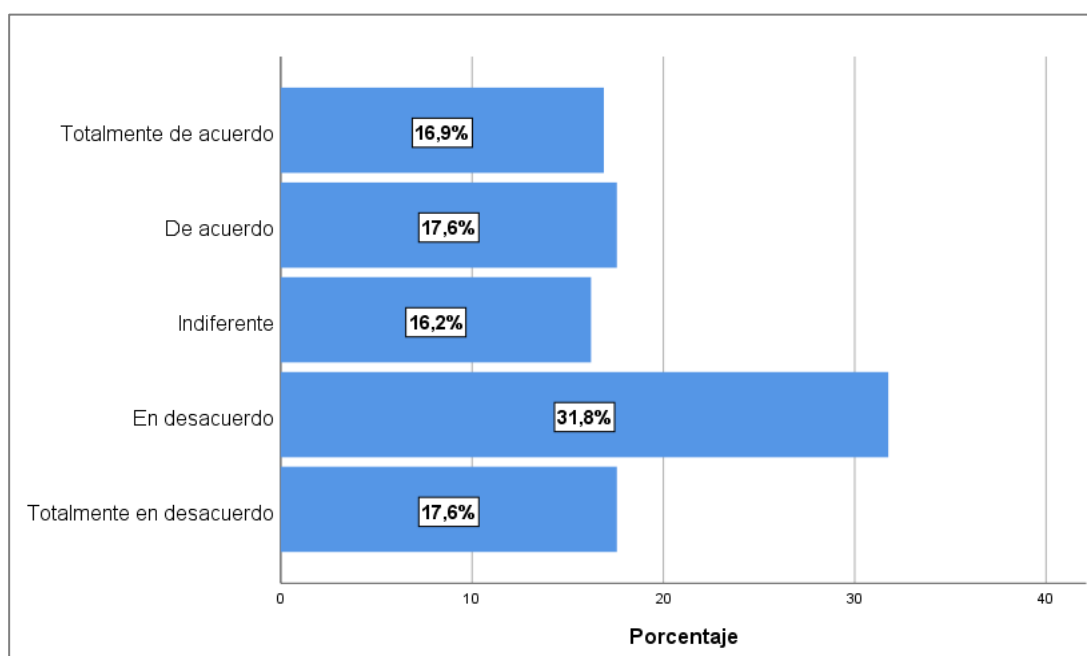
De la figura 32, el 34,5% de los encuestados están de acuerdo que poseen la capacidad de iniciativa para impulsar cambios asertivos.

Figura 33
Perseverancia



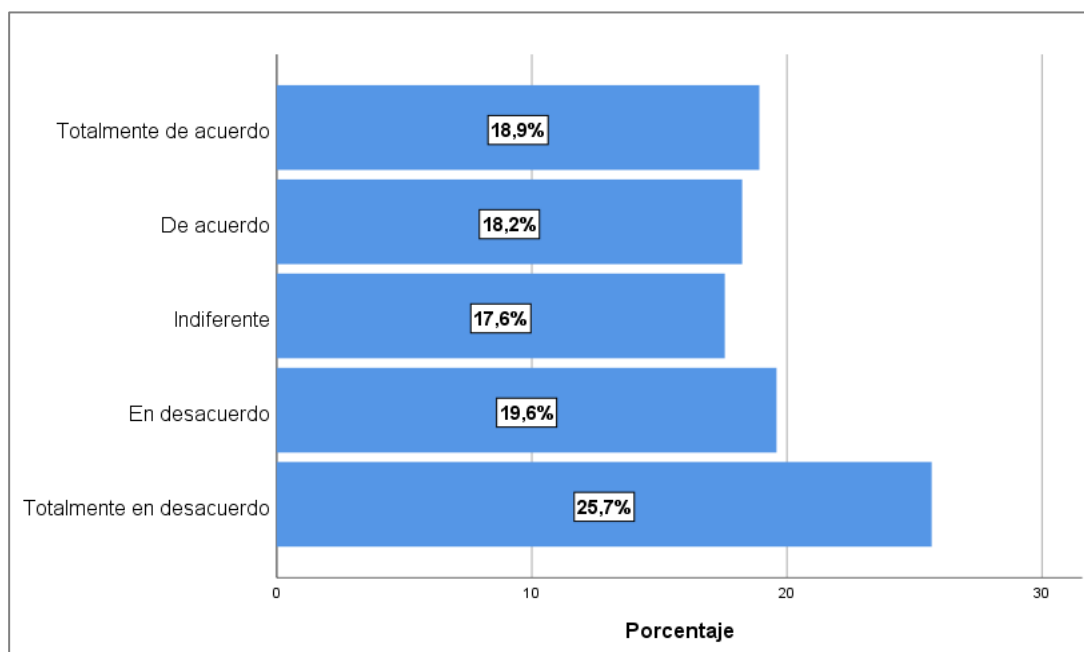
De la figura 33, el 29,7% de los encuestados señalan que están totalmente de acuerdo que es importante demostrar esfuerzo permanente para el logro de los propósitos frente a los obstáculos que se presentan en un negocio.

Figura 34
Riesgo de invertir



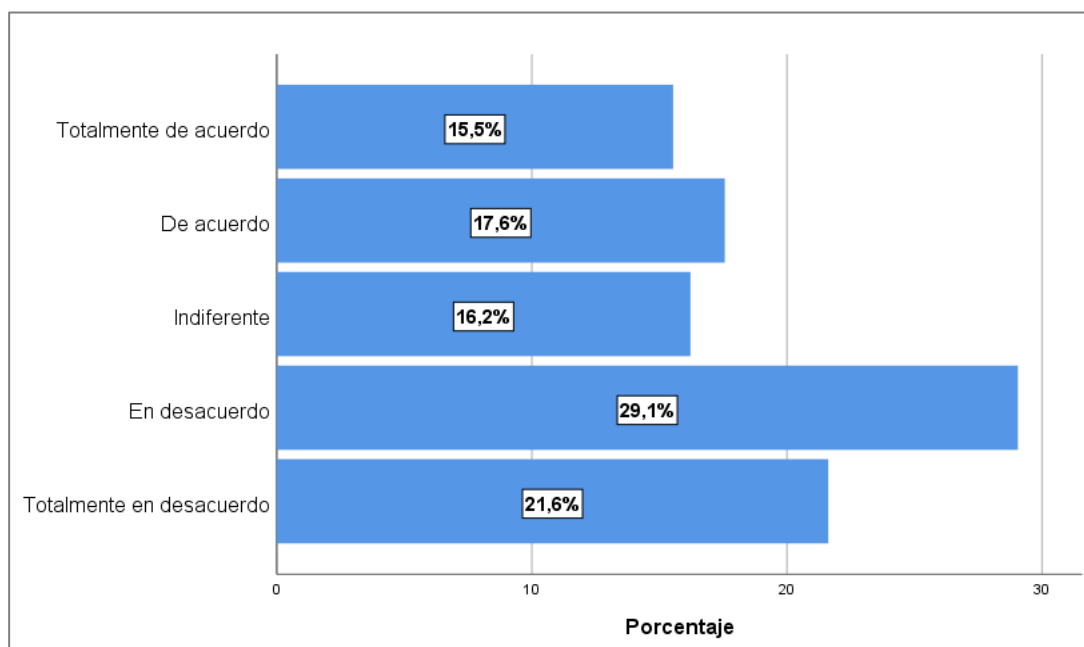
La figura 34 se revela que el 31,8% de los encuestados están en desacuerdo que están dispuestos a asumir el riesgo de la futura inversión en alguna idea de negocio.

Figura 35
Capacidad de compromiso



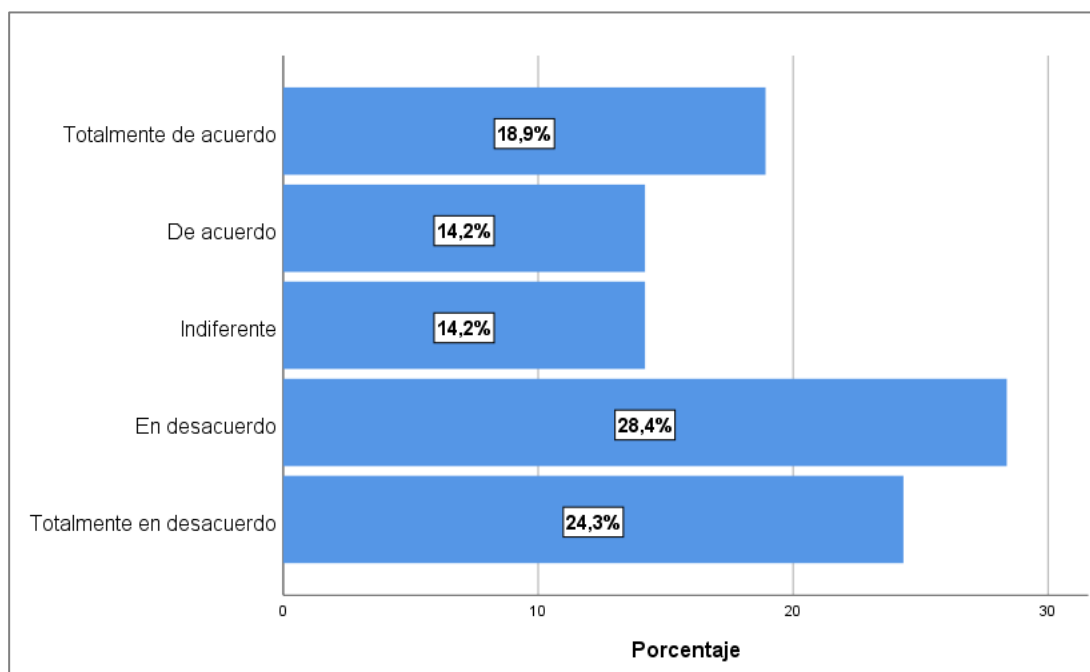
De la figura 35, el 25,7% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que están comprometidos con alguna idea de negocio futuro.

Figura 36
Optimismo



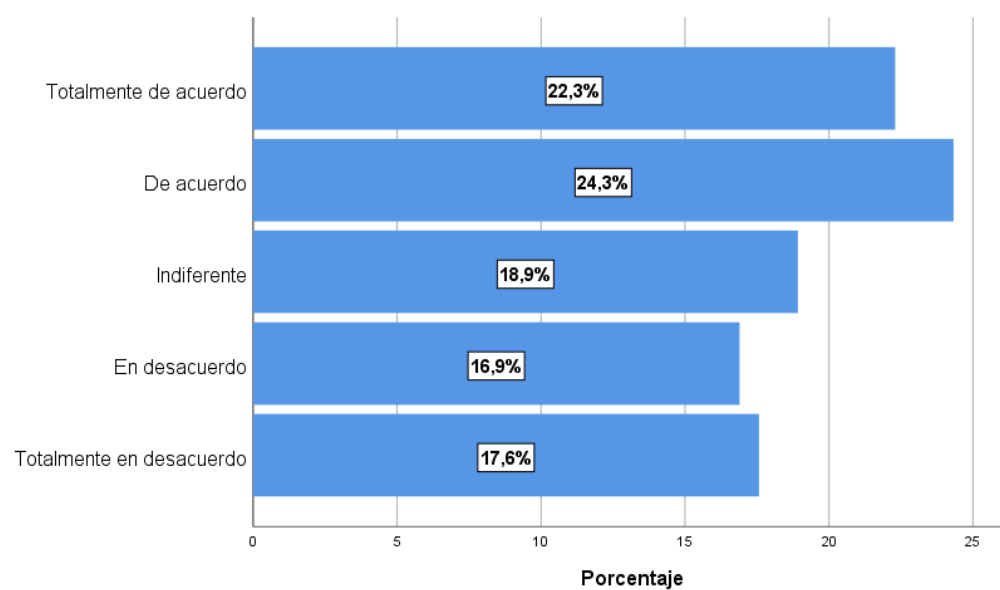
La figura 36 revela que el 29,1% de los encuestados están en desacuerdo que demuestran optimismo y confianza para emprender en alguna idea de negocio futuro.

Figura 37
Persistencia



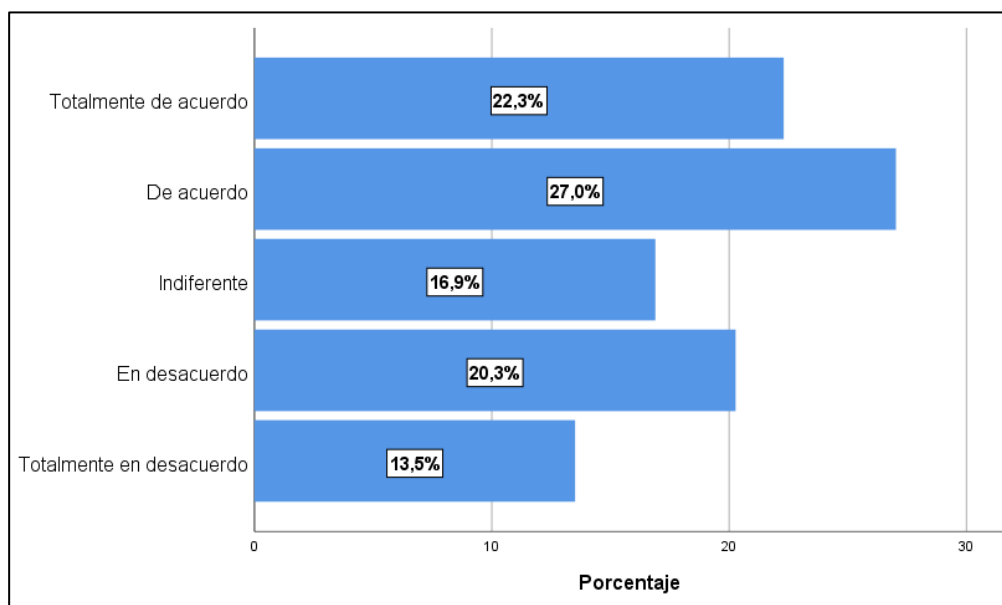
En la tabla 37 se aprecia que el 28,4% de los encuestados están en desacuerdo que asumen los errores que cometen y aprende de estos para su mejora continua.

Figura 38
Salir del desempleo



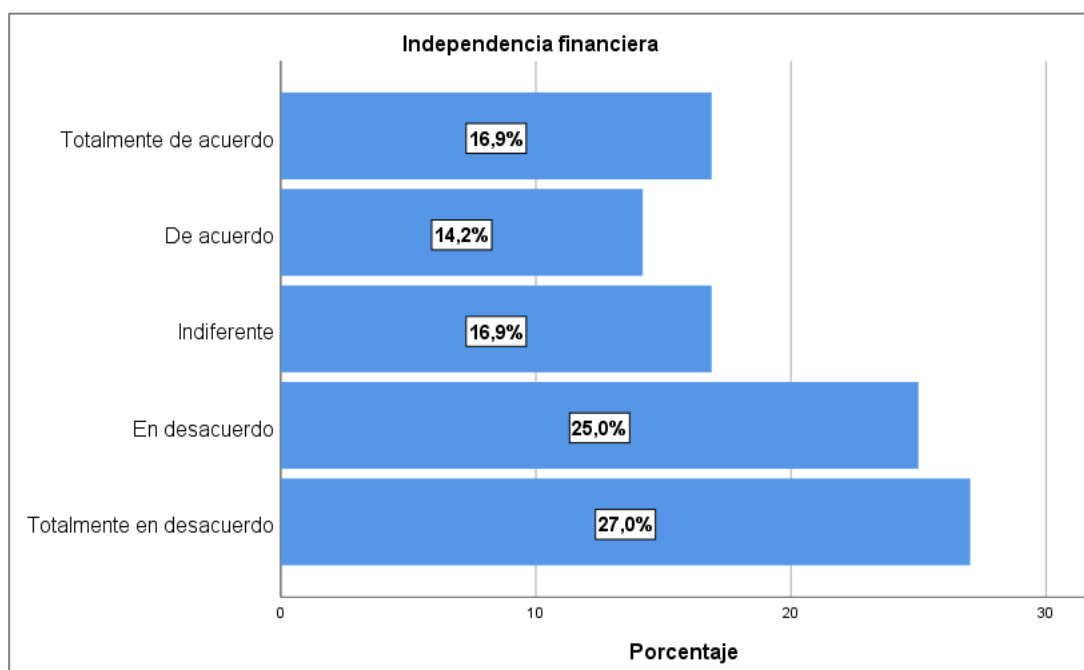
La figura 38 muestra que el 24,3% de los encuestados están de acuerdo que frente al desempleo una buena opción es constituirse como emprendedor.

Figura 39
Generar puestos de trabajo



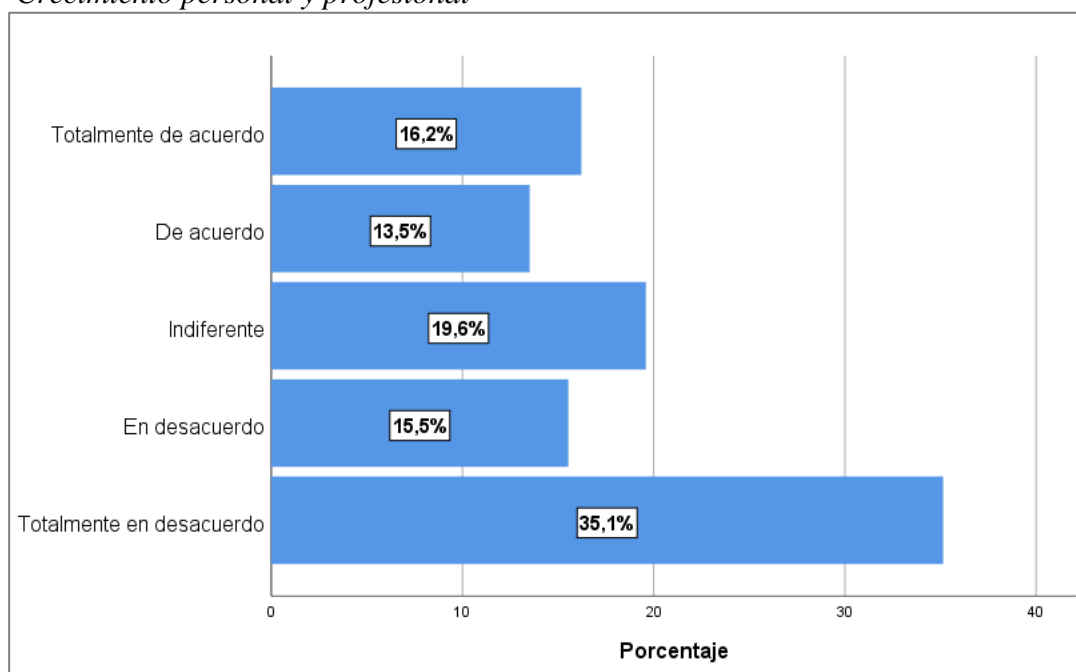
De la figura 39, el 27% de los encuestados están de acuerdo que la idea de negocio a futuro genera puestos de trabajo.

Figura 40
Independencia financiera



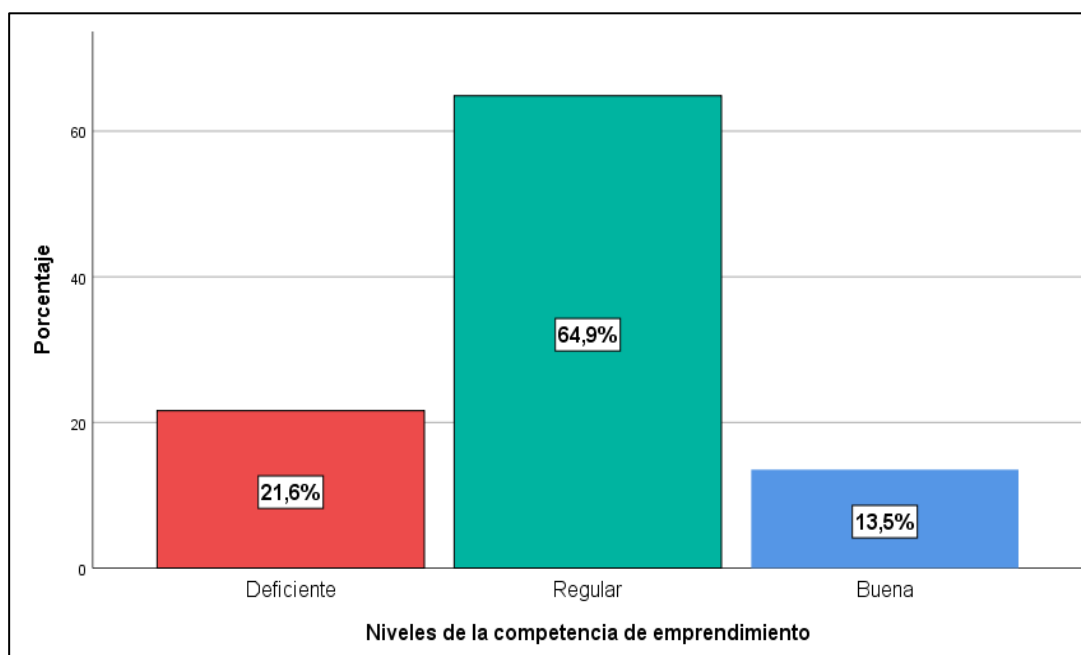
La figura 40 revela que el 27% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que a corto plazo se independizará financieramente.

Figura 41
Crecimiento personal y profesional



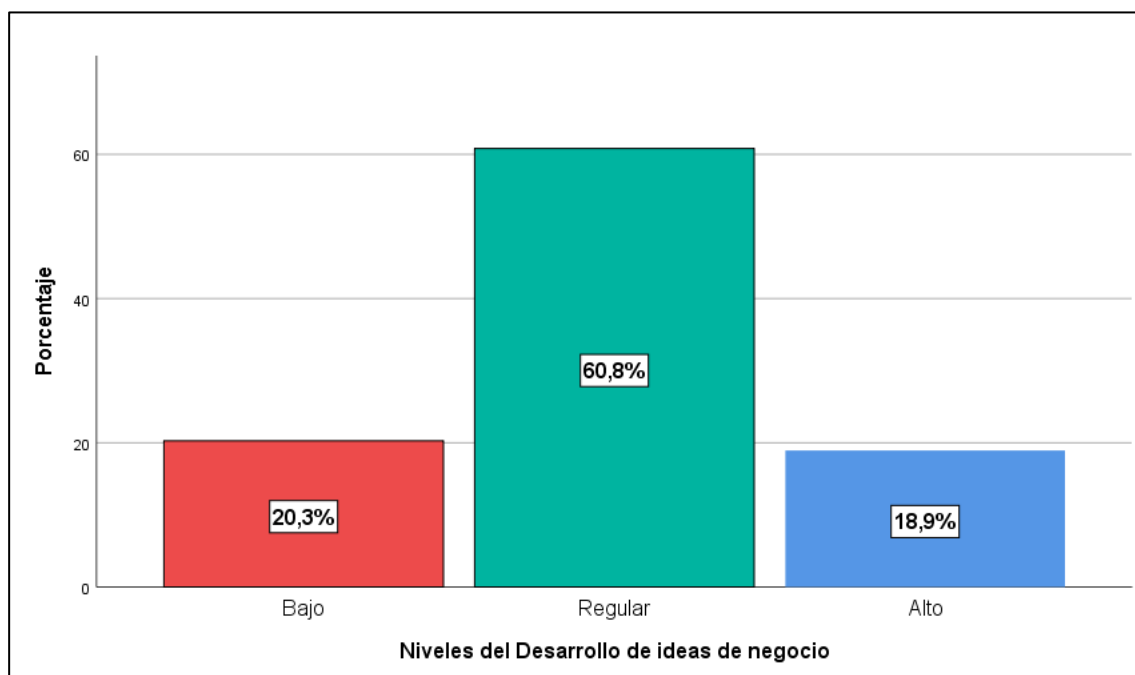
En la figura 41 muestra que el 35,1% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que su idea de negocio impactará a corto plazo en su crecimiento personal y profesional.

Figura 42
Niveles de la competencia de emprendimiento



La figura 42 revela los resultados de la variable competencia de emprendimiento, donde el 64,9% de los estudiantes muestran un nivel regular de competencias de emprendimiento, el 21,6% a nivel deficiente y el 13,5% a nivel bueno.

Figura 43
Niveles del desarrollo de ideas de negocio

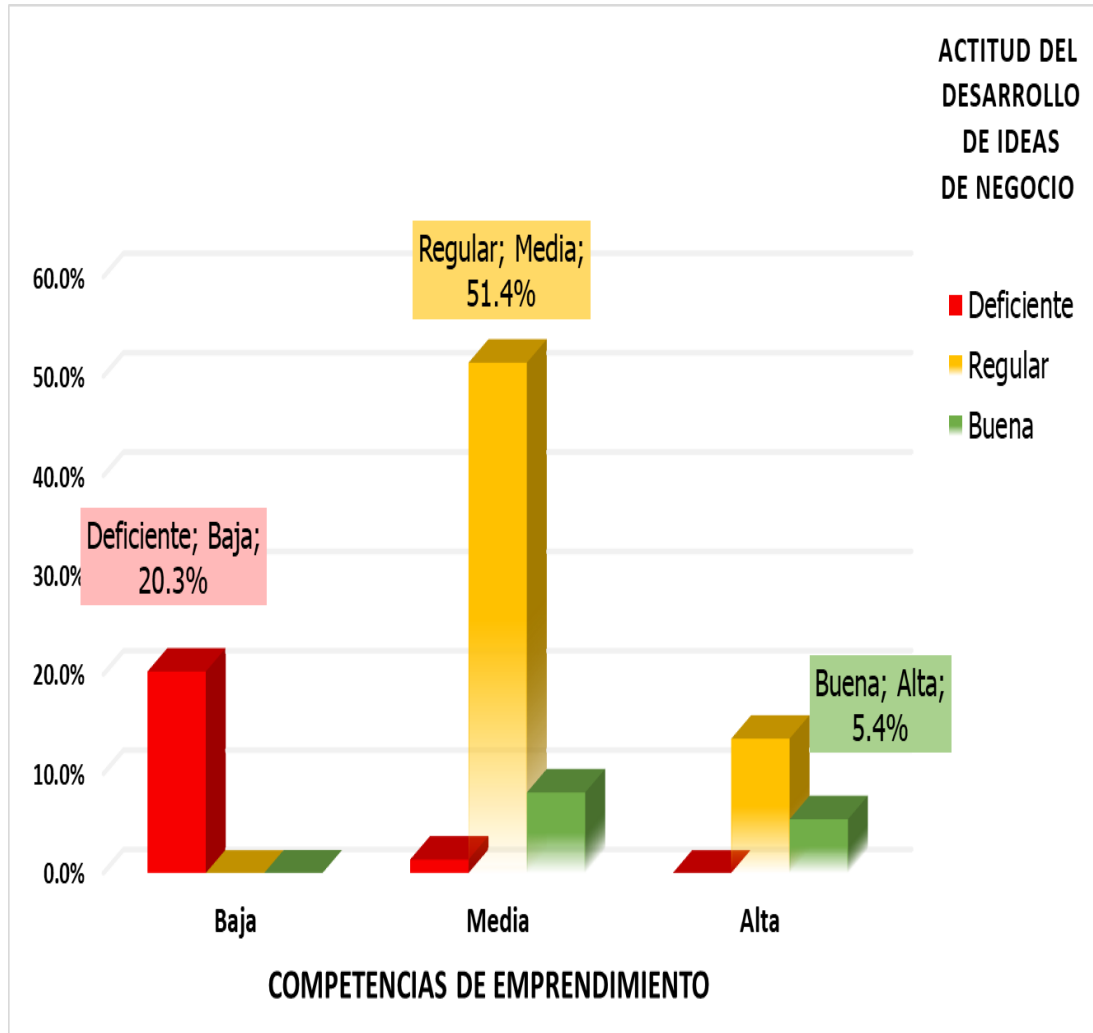


En la figura 43 se aprecia los resultados de la variable ideas de negocio, donde el 60,8% de los estudiantes muestran un nivel regular en el desarrollo de ideas de negocio, el 20,3% a nivel bajo y el 18,9% a nivel alto.

5.2. Resultados correlacionales

Figura 44

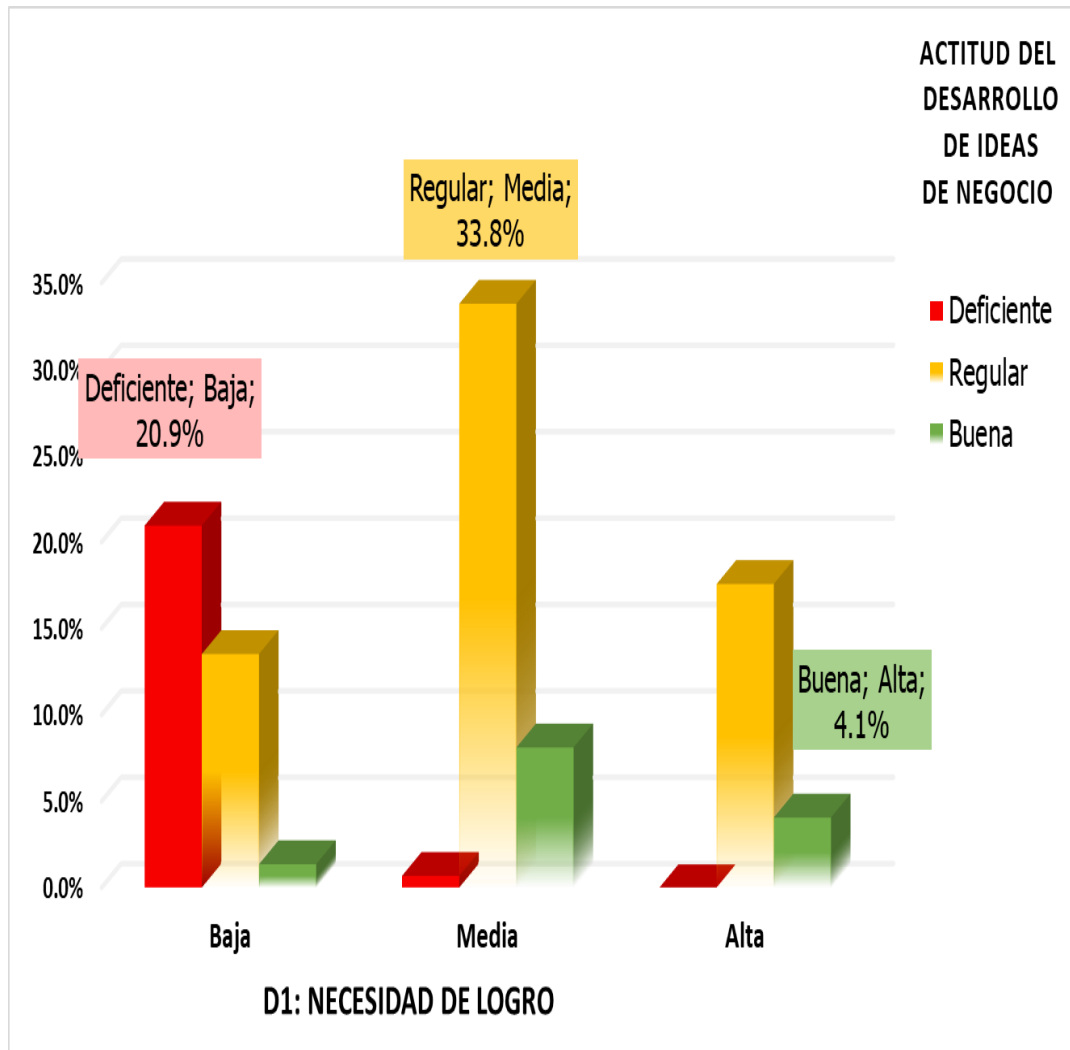
*Competencias de emprendimiento*Actitud del desarrollo de ideas de negocio*



Los resultados de la figura 44 revelan que, a un nivel bajo de las competencias del emprendimiento de los estudiantes ocasiona que la actitud de desarrollo de ideas de negocio sea baja (20,3%), a un nivel regular de las competencias del emprendimiento de los alumnos ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio también sea regular (51,4%), y a nivel buena de las competencias del emprendimiento de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio sea alta (5,4%).

Figura 45

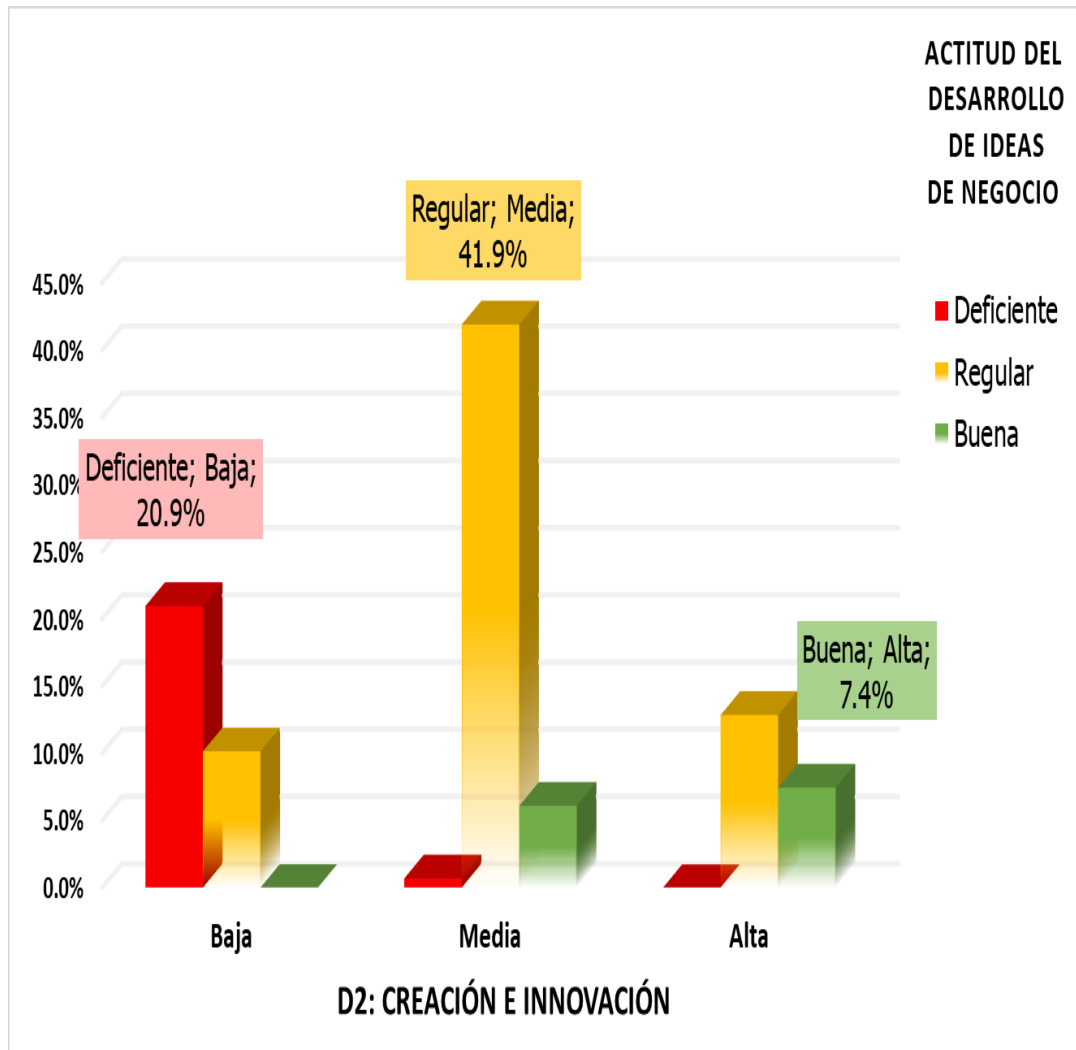
*Necesidad de logro*Actitud del desarrollo de ideas de negocio*



Los resultados de la figura 45 demuestran que, a un nivel bajo de la dimensión 1 necesidad de logro de las competencias del emprendimiento de los alumnos genera que la actitud de desarrollo de ideas de negocio sea baja (20,9%), a un nivel regular de la necesidad de logro de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (33,8%), y a nivel buena de la necesidad de logro de los alumnos repercute que la actitud del desarrollo de ideas de negocio sea alta (4,1%).

Figura 46

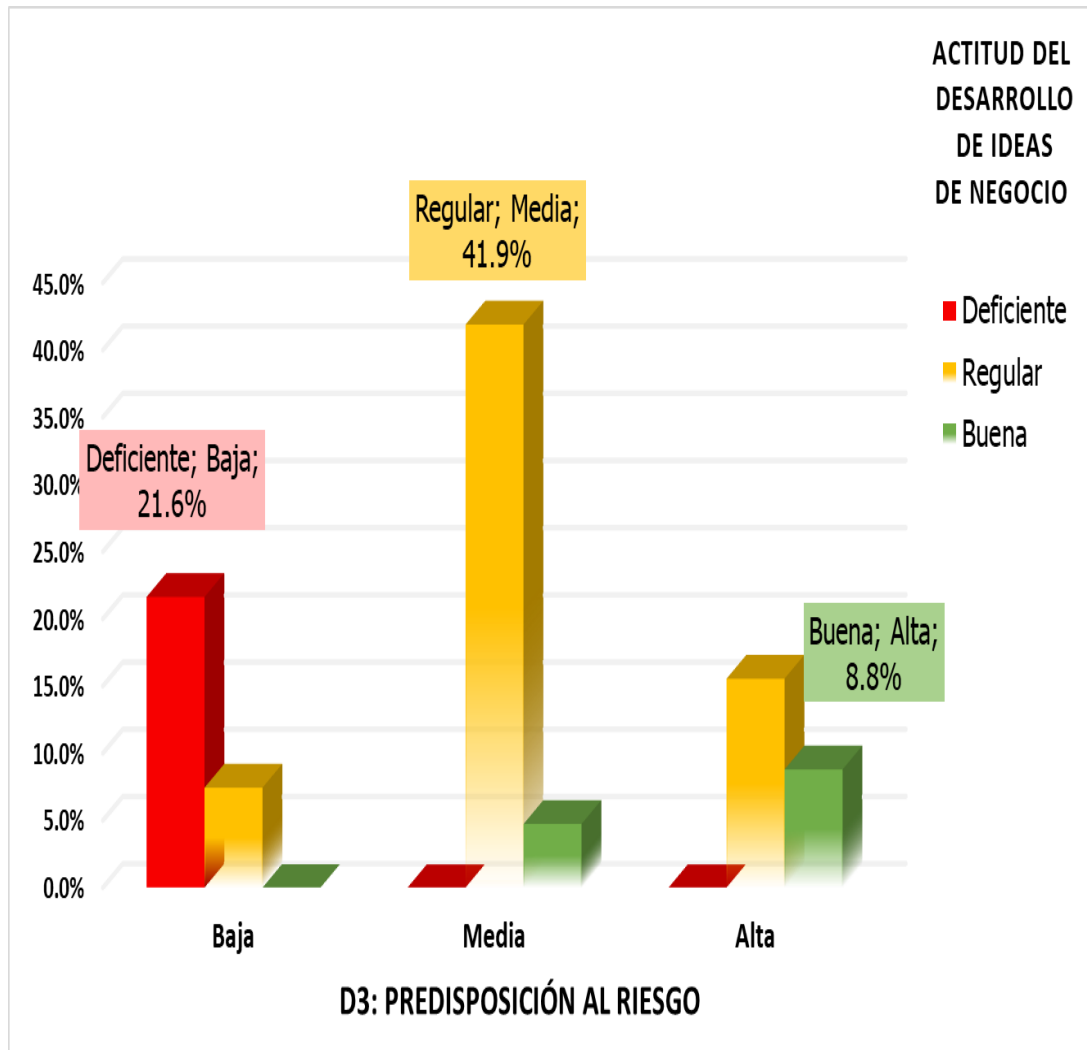
*Creación e innovación*Actitud del desarrollo de ideas de negocio*



Los resultados de la figura 46 revelan que, a un nivel bajo de la dimensión 2 creación e innovación de las competencias del emprendimiento de los estudiantes repercute que la actitud de desarrollo de ideas de negocio sea baja (20,9%), a un nivel regular de la creación e innovación de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (41,9%), y a nivel buena de la creación e innovación de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio sea alta (7,4%).

Figura 47

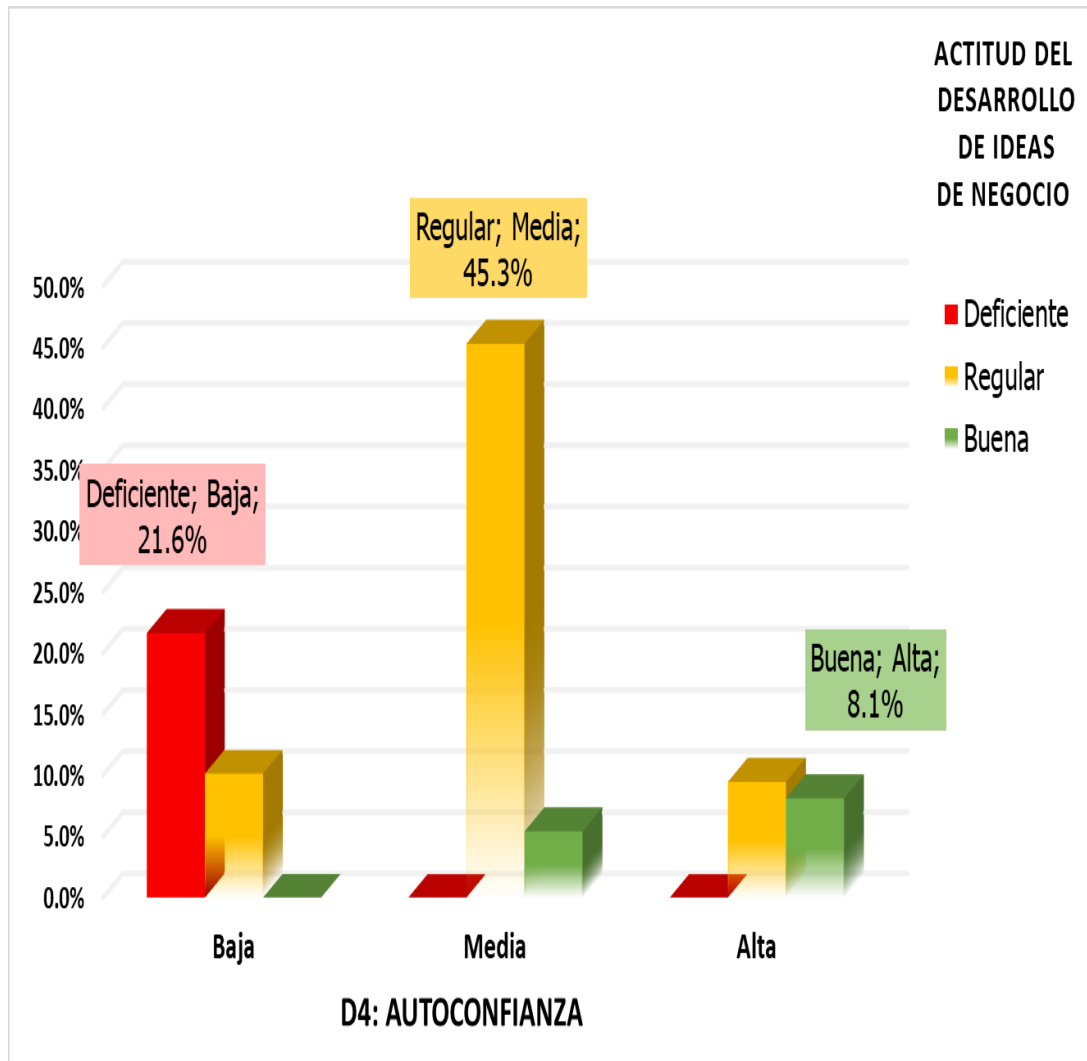
*Predisposición al riesgo*Actitud del desarrollo de ideas de negocio*



Los resultados de la figura 47 demuestran que, a un nivel bajo de la dimensión 3 predisposición al riesgo de las competencias del emprendimiento de los alumnos genera que la actitud de desarrollo de ideas de negocio sea baja (21,6%), a un nivel regular de la predisposición al riesgo de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (41,9%), y a nivel buena de la predisposición al riesgo de los alumnos repercute que la actitud del desarrollo de ideas de negocio sea alta (8,8%).

Figura 48

*Autoconfianza*Actitud del desarrollo de ideas de negocio*



Los resultados de la figura 48 revelan que, a un nivel bajo de la dimensión 4 autoconfianza de las competencias del emprendimiento de los estudiantes repercute que la actitud de desarrollo de ideas de negocio sea baja (21,6%), a un nivel regular de la autoconfianza de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio del mismo modo sea regular (45,3%), y a nivel buena de la autoconfianza de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio sea alta (8,1%).

5.3. Contrastación de hipótesis

5.3.1. Hipótesis general

✓ **Paso 1: Plantear la hipótesis estadística:**

H_0 : No existe una relación positiva entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

H_1 : Existe una relación positiva entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

✓ **Paso 2: Delimitar el nivel de significancia:** $\alpha = 0.05$

✓ **Paso 3: Delimitar la Prueba estadística:** Rho-Spearman

✓ **Paso 4: Revisar la regla de decisión**

- En caso el resultado del P-valor es inferior al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede al rechazo de la H_0 .
- En caso el resultado del P-valor es mayor o igual al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede a admitir la H_0 .

✓ **Paso 5: Realizar los cálculos y presentar los resultados**

Tabla 2

Correlación de las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio

Correlaciones				
		Actitud del desarrollo de ideas de negocio		Competencias de emprendimiento
Rho de Spearman	Competencias de emprendimiento	Coefficiente de correlación	,712**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

✓

✓ **Paso 5: Conclusión**

De acuerdo a los resultados de la tabla 2, se visualiza que el p-valor=0,000 es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), lo que ocasiona que se proceda a rechazar la hipótesis nula y a admitir como válida a la alternativa. Por lo tanto, existe una relación positiva entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. Además, su grado de asociación es a nivel positiva media (Rho-Spearman=0,712).

5.3.2. Hipótesis específica 1

✓ **Paso 1: Plantear la hipótesis estadística:**

H_0 : No existe una relación positiva entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

H_1 : Existe una relación positiva entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

✓ **Paso 2: Delimitar el nivel de significancia:** $\alpha = 0.05$

✓ **Paso 3: Delimitar la Prueba estadística:** Rho-Spearman

✓ **Paso 4: Revisar la regla de decisión**

- En caso el resultado del P-valor es inferior al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede al rechazo de la H_0 .
- En caso el resultado del P-valor es mayor o igual al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede a admitir la H_0 .

✓ **Paso4: Realizar los cálculos y presentar los resultados**

Tabla 3

Correlación de la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio

Correlaciones				
		Necesidad de logro		Competencias de emprendimiento
Rho de Spearman	Necesidad de logro	Coefficiente de correlación	,505**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

✓ **Paso 5: Conclusión**

Según los resultados de la tabla 3, se aprecia que el p-valor=0,000 dicho valor es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se admite como verdadera a la alterna. Por ende, existe una relación positiva entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022, UNASAM, Huaraz-2022. También, su grado de vinculación es a nivel positiva media (Rho-Spearman=0,505).

5.3.3. Hipótesis específica 2

✓ **Paso 1: Plantear la hipótesis estadística:**

H_0 : No existe una relación positiva entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

H_1 : Existe una relación positiva entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

✓ **Paso 2: Delimitar el nivel de significancia:** $\alpha = 0.05$

✓ **Paso 3: Delimitar la Prueba estadística:** Rho-Spearman

✓ **Paso 4: Revisar la regla de decisión**

- En caso el resultado del P-valor es inferior al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede al rechazo de la H_0 .
- En caso el resultado del P-valor es mayor o igual al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede a admitir la H_0 .

✓ **Paso4: Realizar los cálculos y presentar los resultados**

Tabla 4

Correlación de la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio

Correlaciones				
			Creación e innovación	Competencias de emprendimiento
Rho de Spearman	Creación e innovación	Coefficiente de correlación	,529**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

✓ **Paso 5: Conclusión**

De acuerdo a los resultados de la tabla 4, se visualiza que el p-valor=0,000 es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), lo que ocasiona que se proceda a rechazar la hipótesis nula y a admitir como válida a la alternativa. Por lo tanto, existe una relación positiva entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. Además, su grado de asociación es a nivel positiva media (Rho-Spearman=0,529).

5.3.4. Hipótesis específica 3

✓ **Paso 1: Plantear la hipótesis estadística:**

H_0 : No existe una relación positiva entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

H_1 : Existe una relación positiva entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

✓ **Paso 2: Delimitar el nivel de significancia:** $\alpha = 0.05$

✓ **Paso 3: Delimitar la Prueba estadística:** Rho-Spearman

✓ **Paso 4: Revisar la regla de decisión**

- En caso el resultado del P-valor es mayor al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede al rechazo de la H_0 .
- En caso el resultado del P-valor es inferior o igual al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede a admitir la H_0 .

✓ **Paso4: Realizar los cálculos y presentar los resultados**

Tabla 5

Correlación de la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio

Correlaciones			Predisposición al riesgo	Competencias de emprendimiento
Rho de Spearman	Predisposición al riesgo	Coefficiente de correlación	,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

✓ **Paso 5: Conclusión**

Según los resultados de la tabla 5, se aprecia que el p-valor=0,000 dicho valor es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se admite como verdadera a la alterna. Por ende, existe una relación positiva entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. Asimismo, su grado de vinculación es a nivel positiva media (Rho-Spearman=0,572).

5.3.5. Hipótesis específica 4

✓ **Paso 1: Plantear la hipótesis estadística:**

H_0 : No existe una relación positiva entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

H_1 : Existe una relación positiva entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

✓ **Paso 2: Delimitar el nivel de significancia:** $\alpha = 0.05$

✓ **Paso 3: Delimitar la Prueba estadística:** Rho-Spearman

✓ **Paso 4: Revisar la regla de decisión**

- En caso el resultado del P-valor es inferior al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede al rechazo de la H_0 .
- En caso el resultado del P-valor es mayor o igual al nivel de significancia $\alpha = 0.05$ se procede a admitir la H_0 .

✓ **Paso4: Realizar los cálculos y presentar los resultados**

Tabla 6

Correlación de la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio

Correlaciones				
			Autoconfianza	Competencias de emprendimiento
Rho de Spearman	Autoconfianza	Coefficiente de correlación	,517**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

✓ **Paso 5: Conclusión**

De acuerdo a los resultados de la tabla 6, se visualiza que el p-valor=0,000 es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), lo que ocasiona que se proceda a rechazar la hipótesis nula y a admitir como válida a la alternativa. Por lo tanto, existe una relación positiva entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. Además, su grado de asociación es a nivel positiva media (Rho-Spearman=0,517).

6. DISCUSIÓN

El propósito general del estudio fue determinar la relación que existe entre las competencias de emprendimiento la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. De acuerdo a los resultados de la tabla 2, se visualiza que el $p\text{-valor}=0,000$ es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), lo que ocasiona que se proceda a rechazar la hipótesis nula y a admitir como válida a la alternativa. Por lo tanto, existe una relación positiva entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022; su grado de asociación es a nivel positiva media ($Rho\text{-Spearman}=0,712$). Por lo cual, de la misma forma la figura 44 revela que a un nivel a un nivel regular de las competencias del emprendimiento de los alumnos ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio también sea regular (51,4%).

Lo señalado coincide con el trabajo de Velandia (2019) quien concluye que las competencias de emprendimiento en los individuos permite que se apertura oportunidades de negocio, generar empleo, mejorar las condiciones económicas de un país, todo ello repercutirá en crear mejores condiciones de vida para la población; por lo que es relevante, que en los centros de formación, tal es el caso de las universidades, posean las herramientas y profesionales que formen en los estudiantes las competencias idóneas para que estén preparados para emprender, para ello un primer paso es que establezcan sus ideas de negocio y lo concreten a futuro como un proyecto de vida. Asimismo, Flores (2019) señala que dentro de la malla curricular de la institución no se está contemplando de manera adecuada las competencias de emprendimiento para los alumnos repercutiendo en que desconozcan los conceptos básicos del diseño de los planes para generar negocios sostenibles. Igualmente, Flores (2019) revela que la capacidad de emprendimiento se asocia de manera directa con el conocimiento de los planes de negocio en dicha institución ubicada en la ciudad de Puno, durante el año 2018. Además Vilchez (2020) concluye que formar por competencias a los estudiantes índice de manera significativa en desarrollar su espíritu emprendedor para fomentar ideas de negocio ($p:0.0001$).

Además tiene argumento teórico de Sánchez (2013), el autor señala que las capacidades emprendedoras son las habilidades, la mentalidad y el ánimo de un individuo para fundar a futuro un negocio. También implica poseer la predisposición para afrontar retos que implica todo el proceso de sostener la empresa en una posición competitiva. Del mismo modo, Romero (2012) postula que es el conjunto de actitudes y habilidades de un individuo para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado, planificar todo el proceso de creación de un ente y fundarlo para la búsqueda constante de beneficios. Asimismo, Tinoco (2008) hace referencia que la capacidad emprendedora se plasma en un proyecto de vida que contenga elementos innovadores para que se concrete lo más antes posible.

Acorde con el objetivo específico 1 que fue establecer la relación que existe entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. Según los resultados de la tabla 3, se aprecia que el p -valor=0,000 dicho valor es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se admite como verdadera a la alterna. Por ende, existe una relación positiva entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022, UNASAM, Huaraz-2022; su grado de vinculación es a nivel positiva media (Rho -Spearman=0,505). En consecuencia, los resultados de la figura 45 demuestran que a un nivel regular de la necesidad de logro de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (33,8%).

Lo mencionado se corrobora con los resultados de Ávila et al. (2018), concluyeron que las competencias emprendedoras es deficiente, lo cual se evidencia en el bajo liderazgo, no están en la capacidad de analizar los escenarios futuros ni trabajar en equipo para poder generar oportunidades sólidas de negocio. De la misma manera, Azaña y Cienfuegos (2021) afirma que las capacidades emprendedoras se asocian a nivel bajo con la motivación al logro de objetivos y propósitos de los emprendedores ($p=0.000$; Rho -Spearman=0.297).

Además tiene argumento teórico de Robinson et al. (1991), el autor asevera que la necesidad de logro es la búsqueda constante de concretar los propósitos de cada individuo en los negocios, de la misma manera lograr representar a un equipo de trabajo, la autorrealización y autoestima; por lo cual la persona indaga los posibles riesgos para poder afrontarlos y aprender día a día. También, Durán y Arias (2016)

postula que el emprendedor genera e identifica las oportunidades del mercado que han pasado desapercibidas por otros.

En concordancia con el objetivo específico 2 fue determinar la relación que existe entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. De acuerdo a los resultados de la tabla 4, se visualiza que el p -valor=0,000 es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), lo que ocasiona que se proceda a rechazar la hipótesis nula y a admitir como válida a la alternativa. Por lo tanto, existe una relación positiva entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022; su grado de asociación es a nivel positiva media (Rho -Spearman=0,529). Por ende, los resultados de la figura 46 revelan que a un nivel regular de la creación e innovación de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (41,9%).

Lo manifestado también coincide con el trabajo de Matías (2021), quien concluyó que en la Universidad de Piura el nivel de las capacidades emprendedoras es deficiente, lo que conlleva a que no se está promoviendo ideas de negocio sostenibles, porque los alumnos carecen de iniciativa, no están aprovechando las oportunidades del mercado, no tienen la capacidad de evaluar los riesgos, les falta de capacidad de planificación y carecen de ideas innovadoras. Igualmente con la tesis desarrollada por Ávila et al. (2018), quienes concluyeron que las entidades educativas no están orientándose de manera adecuada para que sus estudiantes consigan las competencias de creación e innovación y carecen de ideas generadores de cambios para que en un futuro puedan afrontar los desafíos de transformar sus comunidades e incentivar a la inversión privada para mejorar la calidad de vida y ser una fuente generadora de empleo.

Además tiene argumento teórico de Sánchez (2013) quien postula que es la competencia del emprendedor de buscar un valor agregado diferenciador del producto y/o servicio ofertado; además, es un proceso de adaptación a la transformación digital y tecnológica acorde a los cambios del entorno para que el negocio sea sostenible a través de los años. De igual manera, Romero (2012) asevera que la creación de ideas ingeniosas es la postura del individuo de ser flexible y adaptarse con facilidad a los cambios que surjan en su entorno por el bien de su negocio. De la misma manera,

Durán y Arias (2016) postulan que los estilos emocionales tienen un rol importante en la actitud emprendedora, porque pueden ser una fuente de inseguridades o barreras para concretar con la fundación de una empresa.

Respecto al objetivo específico 3 que fue establecer la relación que existe entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. Según los resultados de la tabla 5, se aprecia que el p -valor=0,000 dicho valor es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se admite como verdadera a la alterna. Por ende, existe una relación positiva entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022; su grado de vinculación es a nivel positiva media (Rho -Spearman=0,572). En consecuencia los resultados de la figura 47 demuestran que a un nivel regular de la predisposición al riesgo de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (41,9%).

Lo indicado se corrobora con la tesis ejecutada por Flores (2019), quien señala que no se están formando a individuos con las competencias para arriesgarse a ser independientes, para que progresen y aprendan de los fracasos, es decir, carecen de la predisposición al riesgo de emprender, incidiendo desfavorablemente en generar negocios a futuro

Además tiene soporte teórico de Farfán (2017), quien manifiesta que la predisposición al riesgo es la capacidad que posee un individuo o un grupo de personas para asumir algún tipo de pérdida frente a la inversión en algún tipo de emprendimiento; en el campo de los negocios es asumir una situación de incertidumbre cuando se pretende invertir en un nuevo sector, expedirse a otros mercados, incorporar nuevos productos y/o servicios, contratar a un nuevo personal, adquirir una máquina nueva, entre otros, con la finalidad de conseguir algún beneficio. Durán y Arias (2016) señala que la actitud del desarrollo de ideas de negocio es la posición de un individuo de gestionar sus recursos para la búsqueda de utilidades al fundar una organización.

Finalmente, de acuerdo al objetivo específico 4 que fue determinar la relación que existe entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los

estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. De acuerdo a los resultados de la tabla 6, se visualiza que el p -valor=0,000 es inferior al nivel de significancia teórico (0.05), lo que ocasiona que se proceda a rechazar la hipótesis nula y a admitir como válida a la alternativa. Por lo tanto, existe una relación positiva entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022; su grado de asociación es a nivel positiva media (Rho-Spearman=0,517). Por lo cual, los resultados de la figura 48 revelan que a un nivel regular de la autoconfianza de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio del mismo modo sea regular (45,3%).

Lo señalado coincide con la investigación de Matías (2021), señala que los estudiantes carecen de autoconfianza para que concreten sus ideas de negocio, ya que anteriormente han pasado por episodios de fracaso que no han sido superados y están aún con el miedo de arriesgarse a emprender.

Además tiene soporte teórico de Romero (2012) asevera que al autoconfianza es la competencia de convencimiento que posee un emprendedor de lograr sus propósitos empresariales con una actitud positiva, es una arma que le brinda seguridad. Del mismo modo, Robinson et al. (1991) postula que la autoestima está vinculada a un sentimiento de aceptación de las potencialidades, cualidades y debilidades de una persona, que le permite emprender con seguridad en un negocio. Igualmente, Duarte (2013) refiere que la actitud del desarrollo de ideas de negocio son las cualidades de un individuo para generar proyectos que impacten positivamente en la sociedad para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos

7. CONCLUSIONES

A nivel general se determinó que existe una relación positiva a nivel media entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022, siendo el grado de asociación a nivel media ($Rho\text{-Spearman}=0,712$). Por lo que, a un nivel regular de las competencias del emprendimiento de los alumnos ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio también sea regular (51,4%). Ello se evidencia en que los estudiantes aún no poseen conocimientos básicos para aportar en todo el proceso de la creación del negocio, aún no tienen preparación y el conocimiento técnico que implica el procedimiento para la obtención del producto o prestación del servicio, aún no poseen las capacidades tecnológicas, carecen de conocimientos del mercado al cual se va a dirigir el negocio para su sostenibilidad, aún no están dispuestos a asumir el riesgo de la futura inversión en alguna idea de negocio y les falta compromiso con alguna idea de negocio futuro.

- ✓ A nivel específico, se estableció que existe una vinculación positiva a nivel media entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022, UNASAM, Huaraz-2022 ($Rho\text{-Spearman}=0,505$). Es decir, a un nivel regular de la necesidad de logro de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (33,8%). Esto debido a que aún no están en la capacidad de dirigir con efectividad a un grupo de personas para el logro de las metas trazadas y carecen de la habilidad para generar ideas e identificar oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios.
- ✓ Se determinó que existe una asociación positiva a nivel media entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022, siendo el grado de asociación a nivel positiva media ($Rho\text{-Spearman}=0,529$). Por lo tanto, a un nivel regular de la creación e innovación de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (41,9%). Esto se debe a que los estudiantes aún están el proceso de buscar oportunidades de negocio y les falta la capacidad de ser flexibles y proponer cambios.

- ✓ Se estableció que existe una relación positiva a nivel media entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022 (Rho-Spearman=0,572). Esto quiere decir que a un nivel regular de la predisposición al riesgo de los estudiantes ocasiona que la actitud del desarrollo de ideas de negocio de igual manera sea regular (41,9%). Lo mencionado es debido a que los estudiantes aún no están dispuestos a asumir riesgos y les falta la capacidad de analizar los riesgos de sus decisiones.

- ✓ Se determinó que existe una relación positiva a nivel media entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022 (Rho-Spearman=0,517). Es decir, a un nivel regular de la autoconfianza de los estudiantes genera que la actitud del desarrollo de ideas de negocio del mismo modo sea regular (45,3%). En la figura 23 se revela que el 28,4% están totalmente de acuerdo que están orgullosos con sus cualidades, virtudes, competencias y habilidades. Esto es debido a que los estudiantes aún están en proceso para analizar, evaluar alternativas, tomar una decisión, plantear metas y actuar con seguridad para concretarlas.

8. RECOMENDACIONES

1. De modo general, es recomendable que se programen capacitaciones periódicas para los docentes, con el fin que puedan mejorar sus estrategias de aprendizaje y sus contenidos de las sesiones de clase de los cursos vinculados al emprendimiento, generación de ideas de negocio y constitución de empresas. Por ello, es importante generar alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas tales como los Colegios Profesionales para lograr la gratuidad de cursos. Asimismo, es importante que se fortalezca los aspectos teóricos de las sesiones de clase complementándolo con videos interactivos como el reconocimiento de los emprendedores en diversas categorías, tal es el caso del evento de “Desafío Kunan 2022”, “Premios LEC 2022”, “STARUPS 4 PÉRÚ”, entre otros. Igualmente, será importante proponer charlas y talleres semanales (modalidad virtual y presencial) dirigidos a los estudiantes, para lo cual será fundamental fomentar la creación de los círculos de estudios que permitan organizar e invitar a diversos emprendedores de la localidad y a los egresados, para que puedan transmitir su experiencia para concretar las ideas de negocio estipuladas por los estudiantes de administración.
2. Fomentar y formar equipos con los estudiantes para el desarrollo de ideas innovadoras y generadoras de cambios, para promover su participación en los programas gratuitos para acceder a asesorías gratuitas y apoyo técnico, tal es el caso del Centro de Desarrollo Empresarial del Ministerio de la Producción.
3. Para el logro del capital semilla de los planes de negocio, es importante que se fomente la participación de los estudiantes con el apoyo de un docente responsable, en los concursos difundidos por el Estado y/o entidades privadas, tal es el caso de los Laboratorios de Emprendimiento de la UNASAM, “Pro Innóvate” del Ministerio de la Producción y “Contigo Emprendedor BCP”.
4. Es importante recopilar una base de datos de los egresados que actualmente están emprendiendo para que puedan brindar sus testimonios y experiencias en el campo empresarial, de esta manera los estudiantes refuercen sus competencias de arriesgarse a emprender y aprendan con el ejemplo.

5. Asimismo, es recomendable que se fomente la participación de los estudiantes a talleres y charlas de intercambio con emprendedores captados por Mibanco a través del Programa “Miconsultor”, que permita transmitir sus conocimientos teóricos frente a dilemas empresariales para fortalecer su capacidad de la toma de decisiones, autoestima y seguridad de emprender.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, M., González, L. y Nava, G. (2018). Desarrollo de competencias emprendedoras y comunicadas de aprendizaje en la Universidad de Zulia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 1(1).
- Azaña, E. y Cienfuegos, R. (2021). *La relación entre las capacidades emprendedoras y la motivación al logro en los emprendedores de las zonas de Chosica y Huánuco en el año 2021* [Tesis de Título Profesional]. Universidad Peruana Unión, Lima-Perú. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4835>
- Coila, C. (2019). *Educación empresarial y su relación con el desarrollo de capacidades emprendedoras en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano, 2018* (94) [Tesis para optar el grado académico de Licenciado en Administración, Universidad Nacional del Altiplano, Perú]. RIS. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11674/Coila_Quello_Cesar_Benigno.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Díaz, J. (2020). *Emprendimiento: Manual del estudiante* (2ª ed.). Universidad de San Martín de Porres.
- Duarte, S. (2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay. *CTS*, 8(23), 67–87.
- Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 15(43), 326–331. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Durán, E. y Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión De La Educación*, 83–102. <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Emeremadu, U., Akpa, O., Magaji, N. y Nnorom, K. (2021). Effect of Entrepreneurial Attitude on Business Idea Generation of Final Year Business Administration Students of State Universities in South Eastern Nigeria. *The International Journal of Business & Management*, 9(2). <https://doi.org/10.24940/theijbm/2021/v9/i2/BM2006-056>

- Farfán, M. (2017). *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración* (180) [Tesis de Doctorado, Universidad César Vallejo, Perú]. RIS. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4334/Farf%C3%A1n_FMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, J. (2019). *Las competencias emprendedoras y su relación con el conocimiento de planes de negocio en los estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la Institución Educativa San Francisco de Asís, Puno 2018* [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa-Perú. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10675>
- García, E. (2014). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. Paraninfo.
- Gómez, J., Molina, A. y Ontoria, A. (2012). *Potenciar la capacidad de aprender y pensar*. Narcea Ediciones.
- Guachimposa, V., Lavín, J. y Santiago, N. (2018). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador. *Revista De Ciencias Sociales*, 25(1), 71–81.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Martínez, F. y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de competencias emprendedoras: Valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia Y Cambio En Educación*, 7(3). <http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol7num3/art6.pdf>
- Marulanda, F., Montoya, I. y Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos De Administración*, 30(51), 89–99.
- Matías, A. (2021). *Análisis de las habilidades emprendedoras de los alumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de Piura, año 2016* [Tesis de Título Profesional]. Universidad Nacional de Piura, Piura- Perú. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/3080>

- Pereda, S., Berrocal, F. y López, M. (2002). Gestión de recursos humanos por competencias y gestión del conocimiento. *Dirección Y Organización*(28).
- Porter, M. (1996). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.
<https://books.google.com.pe/books?id=wV4JDAAAQBAJ>
- Reyes, J. y Hidalgo, A. (2020). Entrepreneurial attitude from a digital perspective. 593 *Digital Publisher CEIT*, 5-1(5), 90–106. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.326>
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J. y Hunt, H. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13–32. <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Rodríguez, C. y Prieto, F. (2009). A comparative study of sensitivity to entrepreneurship in Colombian and French university students. *Revista Innovar*, 19(1).
- Romero, F. (2012). *Manual de capacidades emprendedoras*. Lima: Grupo Romero.
- Rusque, A. (2005). Capacidad emprendedora y capital social. *Revista Venezolana De Análisis De Coyuntura*, 11(2), 189–202.
- Salvador, C. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín De Psicología*, 92, 65–80.
- Sánchez, J. (2013). Actitud emprendedora y oportunidades de negocio. *Malaga: IC Editorial*.
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la Gestión de Proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, 12, 95–106.
- Tinoco, O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Industrial Data*, 11(2), 18–23.

- Trafimow, D. y Fishbein, M. (1994). The Moderating Effect of Behavior Type on the Subjective Norm-Behavior Relationship. *The Journal of Social Psychology*, 134(6), 755–763. <https://doi.org/10.1080/00224545.1994.9923010>
- Velandia, F. (2019). *Modelo Teórico para promover el Desarrollo de Competencias en Emprendimiento desde el Sector Universitario* [Tesis de Doctorado]. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Vigo, P. (2015). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio* (1ª ed.). Ideas Propias Editorial.
- Vilchez, J. (2020). *La formación por competencias y su relación con el desarrollo del espíritu emprendedor en los estudiantes de administración de la UNASAM, 2015* (98) [Tesis Doctoral]. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz- Perú. <https://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/4216>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Indicadores
¿Cuál es la relación que existe entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022?	Determinar la relación que existe entre las competencias de emprendimiento la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.	Existe una relación positiva entre las competencias de emprendimiento y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.		<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Analizar logros futuros - Capacidad de trabajo en equipo - Curiosidad por lo novedoso - Ideas Ingeniosas e innovadoras - Generadora de cambios - Arriesgarse por independencia - Arriesgarse para progresar - Arriesgarse para aprender - Autoestima - Toma de decisiones con facilidad - Actúa con seguridad - Conocimiento básico del tipo de negocio a crear - Conocimiento técnico - Conocimiento tecnológico - Conocimiento de mercado - Confianza en uno mismo - Creatividad - Iniciativa - Perseverancia - Capacidad de trabajar en equipo - Riesgo de invertir - Capacidad de compromiso - Optimismo - Persistencia - Salir del desempleo - Generar puestos de trabajo - Independencia financiera - Crecimiento personal y profesional
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la relación que existe entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? 2. ¿Cuál es la relación que existe entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? 3. ¿Cuál es la relación que existe entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? 4. ¿Cuál es la relación que existe entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar la relación que existe entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 2. Determinar la relación que existe entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 3. Determinar la relación que existe entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 4. Determinar la relación que existe entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una relación positiva entre la necesidad de logro y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 2. Existe una relación positiva entre la creación e innovación y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 3. Existe una relación positiva entre la predisposición al riesgo y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 4. Existe una relación positiva entre la autoconfianza y la actitud del desarrollo de ideas de negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022. 	<p>Competencias de emprendimiento</p> <p>Actitud del Desarrollo de Ideas de Negocio</p>	

Cuestionario



UNIVERSIDAD NACIONAL
"SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO"
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"COMPETENCIAS DE EMPRENDIMIENTO Y ACTITUD DEL DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIO EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION, UNASAM, HUARAZ-2022"

Cuestionario confidencial amparado en el DS N° 043-2001-PCM – Secreto Estadístico

Objetivo: La presente investigación tiene como finalidad determinar la relación entre las Competencias de Emprendimiento en la Actitud del Desarrollo de Ideas de Negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022.

Instrucciones: Marque con un aspa (X) la alternativa que Ud. crea conveniente. Las respuestas serán anónimas. Muchas gracias.

CUESTIONARIO PARA LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN-UNASAM

(I) Datos de Identificación

1. Género: Masculino Femenino
2. Edad: De 18 a 23 años De 24 a 29 De 30 años a más.
3. Ciclo:

(II) Datos de Estudio

Competencias de emprendimiento	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Considero que tengo la capacidad de dirigir con efectividad a un grupo de personas para el logro de las metas trazadas.					
2. Creo que tengo habilidades para generar ideas e identificar oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios.					
3. Siento que tengo la capacidad de colaborar con los demás, formar parte del equipo y plantear estrategias para el cumplimiento de los objetivos.					
4. Me considero curioso/a por lo novedoso para buscar oportunidades de negocio.					
5. Siento que tengo la capacidad de proponer ideas ingeniosas y novedosas.					
6. Considero que soy una persona flexible de aceptar y proponer cambios.					
7. Pienso que soy una persona dispuesta a asumir riesgos.					
8. Siento que soy una persona con tendencia al progreso, y con la búsqueda constante del mayor beneficio.					

9. Estoy dispuesta a aprender y ser prudente para analizar los riesgos de mis decisiones.					
10. Me siento conforme con mis cualidades, virtudes, competencias y habilidades que me enorgullecen.					
11. Considero que tengo un buen criterio para analizar, evaluar alternativas y tomar una decisión.					
12. Constantemente me planteó metas y actuó con seguridad para concretarlas.					
Desarrollo de ideas de negocio	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13. Considero que poseo conocimientos básicos para aportar en todo el proceso de creación del negocio.					
14. Siento que cuento con la preparación y conocimiento técnico que implica todo el proceso de obtención del producto o prestación del servicio.					
15. Considero que tengo las capacidades tecnologías requeridas de acuerdo a las demandad del tipo de negocio a crear.					
16. Siento que poseo con los conocimientos del mercado al cual se va a dirigir el negocio para su sostenibilidad.					
17. Estoy convencido/a que tengo las capacidades y habilidades para que la idea de negocio que voy a emprender tenga éxito a futuro.					
18. Siento que mi habilidad creativa permitirá la innovación constante al concretar con la idea de negocio.					
19. Creo que poseo la capacidad de brindar iniciativas e impulsar cambios asertivos.					
20. Considero que es importante el esfuerzo permanente para el logro de los propósitos, frente a los obstáculos que se presenten en el negocio.					
21. Me siento dispuesto a asumir el riesgo de la futura inversión en alguna idea de negocio.					
22. Me siento comprometido con mi idea de negocio.					
23. Soy optimista, tengo la confianza y estoy dispuesto a emprender ideas de negocio.					
24. Considero que asumo los errores que cometo y aprendo de estos en bien de mi mejora continua.					
25. Siento que frente al desempleo una buena opción es constituirse como emprendedor.					
26. Considero que la idea de negocio propuesta generará puestos de trabajo.					
27. Creo que con mi idea de negocio me independizaré financieramente a corto plazo.					
28. Considero que mi idea de negocio impactará a corto plazo en mi crecimiento personal y profesional.					

Validación de expertos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Dextre Martínez William René	Docente - UNASAM	CUESTIONARIO	Bach. Jorge Luis Meléndez Espinoza
"Competencias de Emprendimiento y Actitud del Desarrollo de Ideas de Negocio en los estudiantes de Administración, UNASAM, Huaraz-2022".			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				SUB TOTAL				
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100					
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.																				85					
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas actividades, observables en una organización.																									80
3. ACTUALIDAD	Adecuado el avance de la ciencia y la tecnología.																									80
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.																									80
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																									81
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la V.I. en la V.D. o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																									85
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.																									85
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																									85
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																									80
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																									80
PROMEDIO																										82.10

Procede su aplicación

OPINION DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

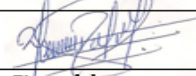
Huaraz, 18/08/2022	40138473		993007106
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma del experto	Teléfono



Tabla 7
Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Competencias de emprendimiento	0.339	148	0.000
Desarrollo de ideas de negocio	0.306	148	0.000

Tabla 8
Matriz de interpretación de los valores de Rho de Spearman

Coefficiente de correlación	Interpretación
0.00	No existe correlación
De 0,01 a 0,10	Correlación positiva muy débil.
De 0,11 a 0,50	Correlación positiva débil
De 0,51 a 0,75	Correlación positiva media
De 0,76 a 0,90	Correlación positiva considerable
De 0,91 a 1,00	Correlación positiva muy fuerte

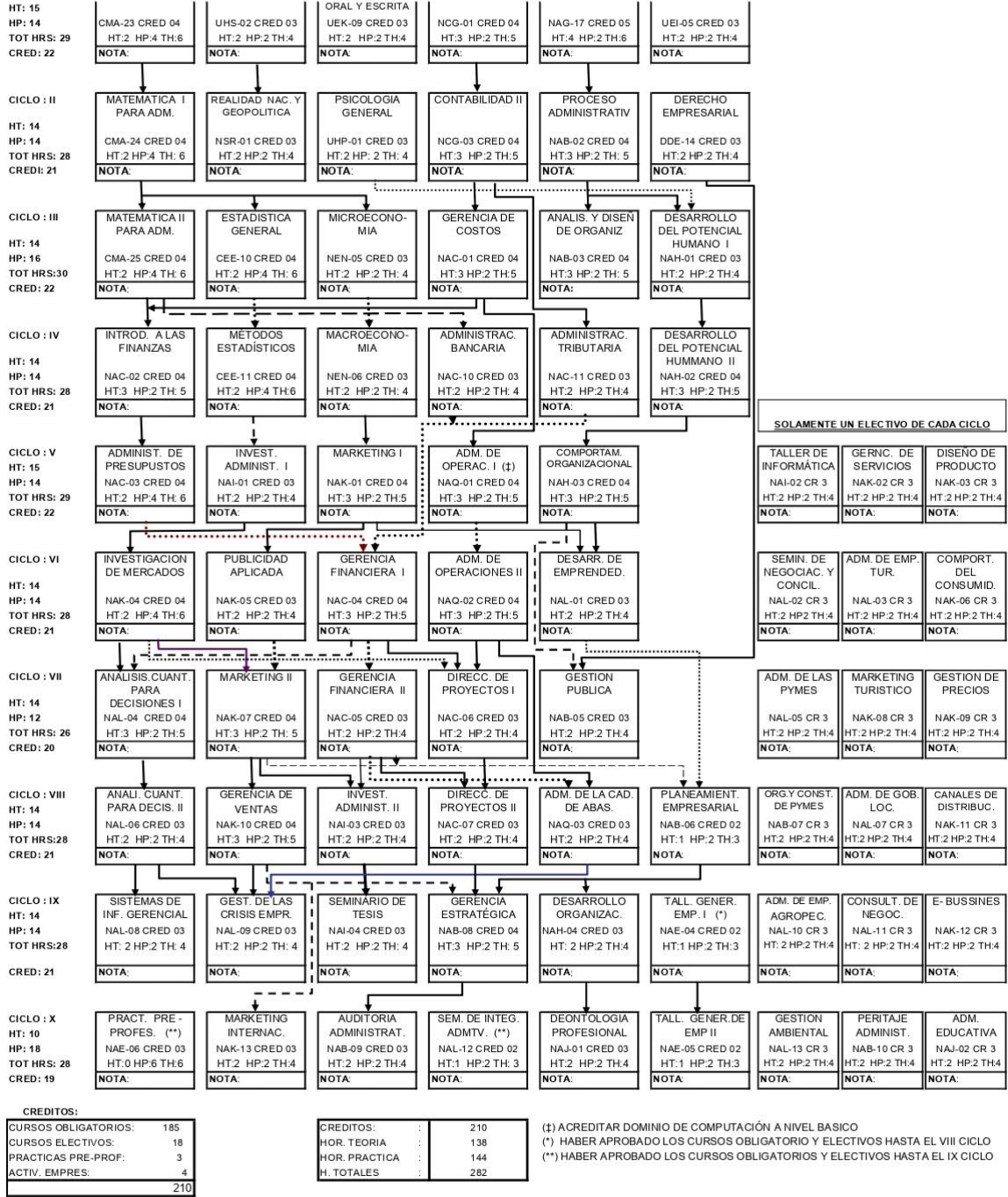
Fuente: (Hernández et al., 2014)

Tabla 9
Análisis de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,860	28

Malla curricular

4.2. Malla curricular



Trabajo de campo

