



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN
CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL
DISTRITO DE CHULUCANAS – 2017”**

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

AUTOR

ESPINOZA HIDALGO, CARLOMARTÍN

ASESOR

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

PIURA – PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales**

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 5:00 pm del día VIERNES 23 de MARZO del 2018....

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA
SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACION CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS
EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017**

Sustentada por:

ESPINOZA HIDALGO CARLOMARTÍN

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

Aprobar

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado: DRA. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: LIC. MARTIN LAZO SÁNCHEZ

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: DR. FREDDY CASTILLO PALACIOS

Nombre Completo

Firma

CAMPUS PIURA:
Av. Prolongación Chulucanas s/n.
Tel.: (073) 285 900 Anx.: 5501.

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
ucv.edu.pe

Dedicatoria

Este trabajo de investigación es dedicado a mis padres, quienes hicieron un gran esfuerzo para que yo llegué aquí, a mis hermanos que me han dado su apoyo en todo momento y a Marisa Raffo, por ser amiga y ayudarme incondicionalmente durante todo este proceso.

Agradecimiento

A Dios por dar la tranquilidad económica a mis padres, por darme inteligencia y sabiduría para seguir adelante y por rodearme de personas que han sido de gran ayuda durante este trabajo.

Declaración de autenticidad

Yo, Carlomartín Espinoza Hidalgo, con DNI N° 73711882 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 17 de mayo del 2019.



Carlomartín Espinoza Hidalgo

Presentación

Señores miembros del jurado:

Presento ante ustedes la tesis titulada “Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su relación con la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017”, con la finalidad de determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes y su generación de iniciativas empresariales. La misma que consta de los siguientes capítulos:

En el capítulo I: Introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, la teorías relacionadas al tema, los problemas de la investigación, la justificación y por último los objetivos del estudio.

En el capítulo II: Método, se presenta el diseño de la investigación, las variables y su operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y finalmente los aspectos éticos.

En el capítulo III Y IV: se dan a conocer los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos y se discuten los diferentes resultados de los trabajos previos, se contrastan las teorías relacionadas al tema con los resultados obtenidos en la presente investigación, respectivamente. Asimismo se desarrolla la propuesta.

En el capítulo V, VI y VII: se presentan las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas que sirvieron como base para el desarrollo de la presente investigación y los anexos utilizados.

La presente investigación se presenta en cumplimiento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Espinoza Hidalgo, Carlomartín.

ÍNDICE

Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Declaración de autenticidad	¡Error! Marcador no definido.
Presentación	6
Resumen	11
Abstract	12
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos Previos	15
1.2.1. Antecedentes Internacionales	15
1.2.2. Antecedentes Nacionales	17
1.2.3. Antecedentes locales.....	18
1.3. Teorías relacionadas.....	20
1.3.1. Marco teórico	20
1.4. Formulación del problema.....	28
1.4.1. Pregunta general	28
1.4.2. Preguntas específicos	28
1.5. Justificación del estudio	29
1.6. Hipótesis	29
1.6.1. Hipótesis general	29
1.6.2. Hipótesis específicas	30
1.7. Objetivo	30
1.7.1. Objetivo general.....	30
1.7.2. Objetivos específicos.....	30
II. MÉTODO	31
2.1. Diseño de investigación	31
2.2. Variables y Operacionalización	31
2.2.1. Perfil emprendedor	31
2.2.2. Iniciativa empresarial	31
2.2.3. Operacionalización de variables	32
2.3. Población y muestra.....	34
2.3.1. Población.....	34
2.3.2. Muestra.....	34

2.3.3.	Criterios de selección	36
2.4.	Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	36
2.4.1.	Técnica	36
2.4.2.	Instrumento.....	36
2.4.3.	Validez.....	37
2.4.4.	Confiabilidad.....	37
2.5.	Método de análisis de datos	37
2.6.	Aspectos éticos.....	38
III.	RESULTADOS	39
3.1.	Determinar si existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.....	40
3.1.1.	Análisis descriptivo	40
3.1.2.	Análisis correlacional.....	43
3.2.	Conocer si existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.	44
3.2.1.	Análisis descriptivo	44
3.2.2.	Análisis correlacional.....	47
3.3.	Comprobar si existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.....	48
3.3.1.	Análisis descriptivo	48
3.3.2.	Análisis correlacional.....	51
3.4.	Determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.....	52
3.4.1.	Análisis descriptivo	52
3.4.2.	Análisis correlacional.....	53
	Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS	53
IV.	DISCUSIÓN Y PROPUESTA	54
4.1.	Discusión	54
4.2.	Propuesta.....	60
4.2.1.	Introducción	60
4.2.2.	Objetivos de la propuesta	61
4.2.3.	Justificación	61

4.2.4. Análisis FODA	62
4.2.5. Análisis del entorno competitivo	62
4.2.6. Mercado meta.....	63
4.2.7. Estrategias para la implementación de una incubadora de negocios	63
4.2.8. Viabilidad	69
4.2.9. Mecanismos de control	69
4.2.10. Evaluación costo – efectividad	70
V. CONCLUSIONES	71
VI. RECOMENDACIONES.....	72
VII. REFERENCIAS	73
VIII. ANEXOS.....	78
Anexo 1: Matriz de consistencia	78
Anexo 2: Cuestionario.....	80
Anexo 3: Matriz de instrumentos.....	83
Anexo 04. Formatos de Validación del instrumento	90
Anexo 05: Formatos de confiabilidad del Cuestionario	101
Anexo 06. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre las edades y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial	103
Anexo 07. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre el género y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial	105
Anexo 08. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre las carreras profesionales y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial	107
Anexo 09. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre el año cursado por los estudiantes y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial	110
Anexo 10. Evaluación Turnitin. Constancia de similitud.....	114

Índice de tablas

Tabla 1: Clasificación de la población según estratos.....	35
Tabla 2: Rangos del coeficiente de Spearman	39
Tabla 3: Capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS.....	40
Tabla 4: Tabla cruzada Capacidad de análisis*Iniciativa empresarial....	42
Tabla 5: Correlación entre la Capacidad de análisis y la Iniciativa empresarial	43
Tabla 6: Propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS	44
Tabla 7: Tabla cruzada Propensión a riesgos*Iniciativa empresarial	46
Tabla 8: Correlación entre la Propensión a riesgos y la iniciativa empresarial	47
Tabla 9: Capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS	48
Tabla 10: Tabla cruzada Capacidad de relación*Iniciativa empresarial .	50
Tabla 11: Correlación entre la Capacidad de relación y la Iniciativa empresarial	51
Tabla 12: Tabla cruzada Perfil emprendedor*Iniciativa empresarial	52
Tabla 13: Correlación entre el Perfil emprendedor y la Iniciativa empresarial	53
Tabla 14. Matriz FODA de la UCSS.....	62
Tabla 15. Resumen de las estrategias.....	68
Tabla 16. Tabla cruzada Edad*Perfil emprendedor	103
Tabla 17. Tabla cruzada Edad*Iniciativa empresarial	104
Tabla 18. Tabla cruzada Género*Perfil emprendedor	105
Tabla 19. Tabla cruzada Género*Iniciativa empresarial.....	106
Tabla 20. Tabla cruzada Carrera profesional*Perfil emprendedor	107
Tabla 21. Tabla cruzada Carrera profesional*Iniciativa empresarial	108
Tabla 22. Tabla cruzada Año cursado*Perfil emprendedor.....	110
Tabla 23. Tabla cruzada Año cursado*Iniciativa empresarial	111
Tabla 24. Frecuencia de las dimensiones de la Iniciativa empresarial	112

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017. El tipo de estudio según la finalidad fue aplicada; según el nivel o alcance fue una investigación correlacional y según la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables en estudio. La técnica y el instrumento de recolección de datos fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente. La población de estudio estuvo constituida por los estudiantes inscritos en el periodo 2017-II de la universidad y la muestra la conformaron 226 alumnos. Se empleó el muestreo estratificado. Se concluyó estadísticamente que sí existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, alcanzando un nivel de significancia de 0,00 y un Rho de Spearman de 0,517. Se atestigua que la relación es de grado moderada y directa, es decir que si aumentaran las competencias de los estudiantes que acreditan contar con un perfil emprendedor, también aumentará la generación de iniciativas empresariales.

Palabras clave: perfil emprendedor, iniciativa, emprendedurismo

Abstract

The objective of this research was to determine if there is a relationship between the entrepreneurial profile of the students of the Sedes Sapientiae Catholic University and the generation of business initiatives in the district of Chulucanas - 2017. The type of study according to the purpose was applied; according to the level or scope it was a correlational investigation and according to the temporality it was transversal; using a non-experimental design, since the variables under study were not manipulated. The technique and the data collection instrument were the survey and the questionnaire respectively. The study population was constituted by the students enrolled in the 2017-II period of the university and the sample consisted of 226 students. Stratified sampling was used. It was statistically concluded that there is a relationship between the entrepreneurial profile of the Sedes Sapientiae Catholic University students and their generation of business initiatives in the Chulucanas district, reaching a level of significance of 0.00 and a Spearman's Rho of 0.517. It is testified that the relationship is moderate and direct, that is to say that if the competences of the students who certify having an entrepreneurial profile increase, the generation of business initiatives will also increase.

Keywords: entrepreneurial profile, initiative, entrepreneurship

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Un país enfrenta problemas cuando existen muchas personas con intención de buscar trabajo, pocas entusiasmadas con iniciar una empresa y escasos emprendedores exitosos que agregan valor menciona Jarpa (2007) quien también sostiene que los países más competitivos del mundo han promovido el emprendimiento como una estrategia país, lo cual está asociado a una mayor innovación, investigación y desarrollo, generación de empleos, inversiones, y eficiencia, que da apertura a un mayor crecimiento económico y competitividad global.

Hoy por hoy la realidad respecto a la necesidad de formar académicamente a emprendedores ha cambiado dado que muchas universidades del mundo, principalmente de Europa, la han asociado como parte de su labor. Delicio, citado por Gutierrez & Amador (2011) menciona a Burton, quien exhibió un estudio sobre cinco universidades europeas de los noventa: Twente, Warwick, Strathclyde, Chalmes y Joensuu, instituciones que para Burton son ejemplo de las respuestas emprendedoras a los nuevos retos que se presentan a la educación superior y, que ante los infortunios de su entorno supieron convertir estas adversidades en oportunidades, convirtiéndose en ejes del desarrollo estratégico en sus países y fueron capaces de crear una cultura organizacional emprendedora.

“Los emprendedores y sus ideas han apoyado de manera importante a aumentar la riqueza de los países, dado que generan empleo y bienestar en la población” (Barreto, Zúñiga y Ruíz, 2016, p. 325). En el Perú, también se utiliza el emprendimiento como una herramienta para lidiar con la pobreza; los peruanos son personas con ideas innovadoras, de gran ingenio y valientes, esta valentía junto al deseo y la necesidad de salir adelante ha hecho que el pueblo peruano sea considerado como “uno de los más emprendedores de la región, encontrándose entre los primeros cinco con

mayor actividad emprendedora”. (Serida, Alzamora, Guerrero, Borda, & Morales, 2016, p. 11)

A nivel nacional la mayoría de universidades incluyen entre sus facultades las ciencias empresariales por lo que no sólo es necesario transmitir los conocimientos de emprendedurismo sino también incluir y fomentar una cultura emprendedora, en donde se motive a los alumnos a investigar e interactuar con personas que tengan experiencias empresariales.

En Piura existen universidades que incluyen en su formación académica programas de incubadora de negocios, seminarios y conferencias en donde los alumnos conocen la experiencia de emprendedores exitosos y se promueve la investigación a través de revistas científicas. Sin embargo este estudio se desarrollará a 61 km de Piura, en el distrito de Chulucanas, capital de la provincia de Morropón, en donde se instaló, 6 años atrás, una sede de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS), con sede principal en la ciudad de Lima; en donde no se observan los beneficios mencionados anteriormente. Esta institución, al ser la primera en la localidad con ese nivel de instrucción, ha cambiado el futuro y estilo de vida de cientos de jóvenes que concurren a este lugar desde diferentes distritos y provincias para cumplir la meta de ser profesionales.

Por lo expuesto anteriormente, es necesario hacer frente a este problema, dado que hoy en día se ven jóvenes sin capacidad de aprovechar las oportunidades, que se conforman trabajando una gran parte de su vida para otras personas, vidas sin el anhelo de salir de su zona de confort, con miedo a tomar riesgos para alcanzar sus propios sueños y batallando tal vez por alcanzar los sueños de quienes si decidieron emprender.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Jarpa (2007), realizó la investigación “Bases para un modelo de emprendimiento en Chile, factor clave para generar riqueza y crecimiento económico”, de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Chile. Este estudio tuvo como finalidad establecer un modelo de emprendimiento en Chile, el cual debe basarse en fomentar el emprendimiento a nivel de la educación primaria, secundaria y superior, que es un factor clave para asegurar la generación de riqueza y crecimiento económico. Además, se propuso un enfoque a formar emprendedores, no sólo fomentar emprendimientos en un Plan Nacional de Emprendimiento.

La investigación concluyó mencionando que existe una tendencia equívoca en Chile a fomentar el emprendimiento en menoscabo de fomentar a los emprendedores, enfocándose en los proyectos no en las personas ejecutantes. Siendo que los estratos bajos y medios tienden a emprender casi por obligación, optando mayoritariamente al emprendimiento por necesidad, el apoyo circunstancial de algunos programas de fomento al emprendimiento no sería suficiente para emprender con éxito. Por otra parte, sólo ciertos estratos pueden optar al emprendimiento por oportunidad, que pueden acceder a mayores recursos, redes de contactos, mejor educación, formación y experiencias previas de emprendimientos. Sin embargo, se identificó que una parte de ellos no logra concretar sus planes de emprendimiento.

Bonilla (2014), elaboró un estudio titulado “Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un análisis empírico en la ciudad de Manizales”, trabajo realizado en la Facultad de Administración de la Universidad Autónoma de Manizales, Colombia. El objetivo de la investigación fue determinar las características del perfil emprendedor de los

graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.

Este estudio evidenció el alto desarrollo de las características personales que tienen los graduados de la Maestría en Administración de Negocios, lo cual se refleja en el manejo de niveles de autonomía, capacidad para la toma de decisiones racionales, una conducta responsable y creativa, así como aspectos fundamentales para el desarrollo de actividades de emprendimiento. Los graduados revelan tener capacidades de liderazgo, trabajo en equipo y espíritu solidario, elementos que ajustan los rasgos sociales de un perfil emprendedor.

Mollo (2008), realizó la investigación denominada “La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras: Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de La Plata”, este estudio se realizó en la Facultad de Ciencias Económicas del Instituto de Investigaciones Administrativas en La Plata, Argentina. El objetivo de la investigación fue determinar si la educación universitaria recibida por los docentes de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), fomenta la actitud emprendedora en los alumnos de las facultades de Ciencias Económicas, Informática y Ciencias Agrarias y Forestales. Las conclusiones de la investigación fueron las que se detallan a continuación:

Referente a las habilidades emprendedoras, las tres facultades han demostrado tener un comportamiento similar. En las habilidades: motivación de logro, autoconfianza y liderazgo se muestra una evolución entre los alumnos de 1er y los de 5to año que poseen estas habilidades. Es decir, teniendo en cuenta que el modelo propuesto funciona, estas tres facultades por medio de su educación están influyendo en la formación de estas tres habilidades. La idea en la que se desea enfatizar, es en la tendencia favorable de las facultades de ciencias económicas e informática en lo que respecta al

fomento de la actividad emprendedora desde la educación universitaria. Se piensa que esto se debe a cuestiones exclusivas a las carreras, es decir, que por su forma de aplicarse generan en el alumno un sentido más fuerte de individualidad para el éxito.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Gutiérrez (2011), realizó la investigación titulada “El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México – centro universitario de Los Altos – un análisis comparativo” en la Facultad de Contabilidad de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. La finalidad de esta investigación fue presentar una muestra real de las capacidades emprendedoras del alumnado de ambos centros.

La indagación concluyó sosteniendo que el desafío que representa migrar hacia una educación emprendedora se orienta a un mediano o tal vez largo plazo y debería iniciarse por capacitar a la plana docente en la formación de competencias de docencia ligadas a la formación de emprendedores pues mediante esta capacitación podrán transmitir sus conocimientos a los estudiantes, promoviendo en ellos el espíritu emprendedor y el desarrollo del espíritu de iniciativa que todo estudiante debe poseer. Las diferencias respecto a las capacidades emprendedoras de los estudiantes de ambos centros son mayormente poco significativas entre sí.

Alanya (2012), realizó la investigación “Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito del Callao” en la Facultad de Educación de la Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú. El propósito de esta investigación fue conocer si existe relación entre la actitud emprendedora y las habilidades sociales en los estudiantes del quinto de secundaria de un centro educativo del distrito del Callao. Se llegó a la conclusión de que existe una correlación moderada entre la actitud emprendedora y las habilidades sociales, en este sentido es

necesario seguir desarrollando un plan de superación personal con apoyo externo. Además existe una correlación alta entre la capacidad de realización y las habilidades sociales, por lo que se dedujo que los jóvenes aprovechan las oportunidades para conseguir sus objetivos hasta alcanzarlos.

Mejía (2015), realizó la investigación “Actitud emprendedora de los egresados de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo” en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Esta tesis tuvo por finalidad determinar la actitud emprendedora que poseen los egresados de la carrera profesional de administración de empresas de la USAT. Concluyó en que los egresados la carrera de administración de la USAT obtuvieron una formación académica a nivel teórico y no práctico, lo cual ha dificultado que el egresado se encuentre mejor preparado en este mundo competitivo.

Los egresados independientes (con negocio propio) como los egresados dependientes (trabajan para terceros), poseen capacidades de iniciativa y predisposición a las actividades que realizan; los egresados independientes decidieron crear sus empresas y ser emprendedores, por otro lado los egresados dependientes desarrollaron sus capacidades a las labores encomendadas en sus trabajos. Las capacidades de los egresados dependientes se reflejan limitadas dado que su potencial y deseos de superación para generar ideas innovadoras sólo dependen de mantener su trabajo y ser remunerados por ello.

1.2.3. Antecedentes locales

Clendenes (2016), realizó la investigación “Estrategias para promover el emprendimiento en los jóvenes del Centro Poblado Menor de Yacila - Paita” en la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo. Piura, Perú. El diseño de la investigación fue descriptiva, no experimental y transversal. El objetivo de esta investigación fue determinar las estrategias para

promover el emprendimiento en los jóvenes de Yacila, por lo tanto se tuvo que identificar las actitudes de estos jóvenes, evaluar la capacidad emprendedora que demostraron, conocer las características del entorno y promover la creatividad empresarial.

La investigación concluyó que la actitud de los jóvenes frente al emprendimiento priorizaba la alta predisposición de formar un negocio propio, que la capacidad emprendedora que demostraron era favorable para crear su negocio propio, las características del entorno son oportunas ya que se destacan la motivación, confianza, creatividad, entre otras. En general las estrategias para promover el emprendimiento fueron desarrollar talleres motivacionales, cursos de capacitación, realizar seminarios y organizar ferias empresariales.

Rivera (2014), realizó la investigación “Eficacia y Emprendedurismo Organizacional en los colaboradores de una Caja Municipal de la ciudad de Piura” en la Escuela Académica Profesional de Psicología de la Facultad de Humanidades en la Universidad César Vallejo. El tipo de estudio fue descriptivo – correlacional y su muestra la conformaron 300 personas. Piura, Perú.

La investigación tuvo como finalidad determinar la relación entre la eficacia y el emprendedurismo organizacional en los colaboradores de una caja municipal de Piura. El estudio concluyó en que existe relación significativa entre eficacia y emprendedurismo en los colaboradores de una caja municipal de la ciudad de Piura en el año 2014. Respecto al emprendedurismo organizacional, los trabajadores alcanzaron niveles medios, así también alcanzaron niveles medios en indicadores de actitud mental y creatividad, por otro lado, los colaboradores obtuvieron niveles bajos en indicadores como capacidad de iniciativa, liderazgo y visión de futuro.

Pérez & Saavedra (2009), en su estudio “Espíritu emprendedor y desarrollo del talento humano y su relación con la autoestima de los estudiantes de quinto y sexto grado de primaria de I.E FAP "Samuel

Ordóñez de Castilla - Piura, 2009”, la indagación se desarrolló para la Escuela de Posgrado de educación de la Universidad César Vallejo.

El objetivo de este estudio fue determinar y explicar la relación que existe entre las áreas “espíritu emprendedor” y desarrollo del talento humano” y el área de “autoestima” de los estudiantes del quinto y sexto grado de primaria del colegio FAP Samuel. Piura, Perú. La investigación obtuvo como conclusión que existe un grado alto de relación entre la autoestima y el área espíritu emprendedor en los estudiantes. Dentro de sus dimensiones se encontró que hay una alta relación entre autoestima y emprendimiento, así mismo hay relación significativa entre la autoestima y la criticidad.

En el área “espíritu emprendedor” se ha desarrollado en los alumnos capacidades emprendedoras como habilidades negociadoras, manejo de costos y marketing, lo cual se vio reflejado en la realización de proyectos, simulación de pequeñas empresas y liderazgo en grupos de trabajo, así mismo esta variable estimula el autoestima a través de la iniciativa personal y la asunción de riesgos.

1.3. Teorías relacionadas

1.3.1. Marco teórico

1.3.1.1. Perfil emprendedor

Alcaraz (2011) sostiene que emprender es un término que expresa un perfil, un conjunto de rasgos que hacen que una persona actúe de una forma determinada y son estos los que le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y lograr un objetivo.

Aguilar (2014) afirma que los emprendedores “son personas que abren nuevos caminos, empiezan donde están, son autodidactas, corren riesgos; mientras los demás retroceden por miedo al cambio, ellos avanzan”. Caldas et al. (2016, p. 10) lo

definieron como “la persona que inicia una acción creativa e innovadora, por lo general asumiendo un riesgo”. Para Alcaraz (2011, p. 2) “este término involucra a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría”.

Caldas, Gregorio, & Hidalgo (2016, p. 9) afirman “el emprendedor posee un conjunto de habilidades y actitudes que se pueden desarrollar en diferentes ámbitos, uno de ellos es el empresarial”. La definición de estas autoras sostiene que todo empresario es un emprendedor, sin embargo también afirman que existen personas conocidas como “intraemprendedores” o “intrapreneur” (en inglés) quienes no emprendieron una empresa pero desarrollan proyectos de otros con la mismas actitudes que como si fueran suyos. López, Santos, & Bueno (2016) sostienen que algunas de las principales dimensiones del perfil de un emprendedor son las siguientes.

- **Capacidad de análisis.**

“Esta dimensión le permite al emprendedor ahondarse en la realidad a la cual enfrenta, simplificar su significado, descubrir oportunidades que parecían estar ocultas, y construir conocimientos partiendo de otros que ya se poseían” (Universidad Politécnica de Madrid, 2017). Esta dimensión se relaciona al “sentido crítico”, el cual es un rasgo propio de la formación universitaria, pues en estos centros de estudio no se enseñan específicamente las funciones que se realizarán al culminar la carrera profesional, sino más bien se ayuda a los estudiantes a desarrollar la capacidad de análisis y síntesis, con esto el profesional podrá tomar decisiones en base al criterio propio que ha desarrollado. López et al. (2016) consideran que los factores que intervienen en esta dimensión son la capacidad de solución y la orientación a oportunidades.

Capacidad de solución

“Es la eficacia y agilidad para dar soluciones a problemas detectados, emprendiendo las acciones correctoras necesarias con sentido común, sentido del coste e iniciativa” (Universidad de Cádiz, 2017).

Orientación a oportunidades

Es la búsqueda incesante de momentos propicios para dar iniciativa a un proyecto o para cumplir con las metas trazadas. (Calvo & Rojas, 2013, p. 32)

- **Propensión al riesgo**

Aguilar (2014) define la propensión al riesgo como el nivel de peligro, inseguridad y compromiso máximo que una persona/empresa está dispuesta a aceptar para lograr sus metas/objetivos estratégicos. El emprendedor es una persona siempre preparada, sin miedo a lo nuevo y que se adapta a los diferentes escenarios que el mercado en donde se desarrolla le impone, sin embargo es esencial que estos riesgos sean calculados, pues no se puede arriesgar en un negocio con probabilidad de error de 100% (Vázquez, 2015). La autoconfianza, asunción de riesgos y la intuición son factores que involucra estar propenso a riesgos. (López et al., 2016)

Autoconfianza

Caldas et al. (2016, p. 13) mencionan que la autoconfianza “es la capacidad que tienen las personas para creer en sí mismos y alcanzar sus metas personales”

Asunción de Riesgos

Según Caldas et al. (2016, p.12) este término “supone la predisposición de la persona a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o un riesgo potencial”.

Intuición

Juicio que es directo e inmediato, sin intervención de la deducción o de la razón, siendo considerado como evidente. (Real Academia de la Lengua Española, s.f.)

- **Capacidad de relación**

Jennings et al. citados por Huapaya (2013, p. 37) afirman que “el emprendedor es también considerado como el actor que concibe relaciones de asociatividad, ya sean grupos de trabajo e inversiones”. Vázquez (2015) menciona que los emprendedores están bien conectados, es decir que saben bien cómo construir una red de contactos (networking) que ayudan en el ambiente externo de la empresa, junto con los clientes, proveedores y otros asociados. Sin embargo, también es necesario crear buenas relaciones en el entorno interno de la empresa, pues mejoran indiscutiblemente la productividad del personal y el clima laboral.

En su mayoría, quienes llegan al éxito en sus emprendimientos son quienes conocen su sector a la perfección. Además, entienden muy bien todos los procesos dentro de la empresa, el personal que requiere y los resultados que se esperan. (Arteaga, 2012). “Red de contactos y conocimiento del negocio” son los dos factores que López et al. (2016) consideran para esta dimensión.

Herrera citado por Huapaya (2013, p. 37) menciona que:

Se tiene una visión vinculada a un emprendedor inmerso en redes sociales para avanzar en la coordinación de sus actividades, dado que es evidente que los emprendedores no efectúan sus tareas de manera solitaria [...] y un emprendedor que participa de una red, tendrá mayor posibilidad de acceder a recursos escasos, acrecentando el éxito del emprendimiento.

Los indicadores de esta dimensión son:

Red de contactos

“Proceso de recopilar y distribuir información para el mutuo beneficio; tuyo y el de tu red de contactos”. (Calvo & Rojas, 2013, p. 33)

Comunicación

Federovich (1989, p.89) define que la “comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala”.

Uso de Redes Sociales

Este indicador ha sido establecido por el autor de esta investigación basándose en lo mencionado anteriormente por Herrera (2013) quien afirma que se tiene una visión vinculada a un emprendedor inmerso en redes sociales para avanzar en la coordinación de sus actividades, dado que es evidente que los emprendedores no efectúan sus tareas de manera solitaria.

1.3.1.2. Iniciativa empresarial

La iniciativa empresarial es una actividad que, como la creación artística o la investigación científica, da respuesta a esa necesidad tan íntima del Ser Humano que es el descubrimiento; el descubrimiento continuo de una realidad que, cambiante cada día, te exige templanza, claridad mental, fuerza interior y capacidad de sacrificio. (Garrido, 2015)

Llopis, citado por Alvarez (2016) afirma que los economistas concuerdan en que la iniciativa empresarial es un insumo necesario para incitar el crecimiento económico y la generación de empleo en todas las sociedades. Las pequeñas empresas triunfantes son el motor primario en la generación de

oportunidades de empleo, del crecimiento del ingreso y la disminución de la pobreza.

Covín y Slevin, citados por Soriano (2012) resaltan que la iniciativa empresarial es el acto de establecerte por tu cuenta y comenzar un negocio en lugar de trabajar para el negocio de alguien más. Respecto a las empresas se cree que estas “tienen iniciativa empresarial cuando llevan a cabo innovaciones, tienen un comportamiento proactivo y son capaces de hacerse cargo del riesgo que conllevan dichas iniciativas” (Soriano, 2012). Este concepto también es aplicado a personas naturales, aquellos que se adelantan a los cambios, valientes para enfrentar los obstáculos que trae consigo tomar la iniciativa para crear una empresa. Soriano (2012) menciona tres dimensiones que determinan la iniciativa empresarial.

- **Creatividad**

Ko y Butler citados por Huapaya (2013, p. 52) afirman “la creatividad es lo que separa a los seres humanos frente a otras especies”. Para Caldas et al. (2016, p. 13) creatividad “es la capacidad para combinar ideas de forma original”. Pérez citado por Huapaya (2013, p. 52) sostiene que “la creatividad es encontrar una nueva perspectiva a ciertos problemas”

Iniciar una empresa es más que sólo gestionarla, es adaptarse rápidamente a los cambios de mercado que la economía ofrece, por esto, resulta imposible hablar de iniciativa empresarial si no se habla de creatividad. Empresarialmente, cuando se entiende la importancia de la creatividad, los directivos tienen que empezar inmediatamente a desarrollarla, sobre todo en este momento, en donde se vive una gran revolución tecnológica. (Vázquez, 2015)

Los indicadores de esta dimensión son:

Autoconciencia

Goleman citado por Giner (2012) sostiene que es una competencia que nos permite conectarnos con nuestras creencias profundas, supuestos y valores y conocer qué nos conduce a ellos. Esta conexión nos ayuda a estar alineados con nuestras motivaciones verdaderas y nos guía a trabajos que nos motivan y nos hacen más productivos.

Innovación

Garrido (2015) sostiene que se trata de ese alumbramiento en el que las personas se dan cuenta de qué forma, mediante un producto, sea un bien o un servicio, se va a solucionar un problema o aportar ventajas de valor a un entorno determinado de posibles clientes.

Liderazgo

Supone influir y motivar a los demás, así como conseguir involucrarlos en la realización de planes. (Caldas et. al, 2016)

- **Proactividad**

Soriano (2011, p.35) la define como “la capacidad que tiene el individuo de aprovechar las oportunidades detectadas en el ambiente en que se desarrolla y que le permite anticiparse a otras personas e influir en su entorno”, en este sentido se entiende que son quienes se oponen a aquellos que adoptan una actitud pasiva ante su realidad y se limitan a cumplir tareas asignadas (personas reactivas). Crant, citado por Zamora (2012, p. 22) se refiere al comportamiento proactivo como “la toma de iniciativas para mejorar las circunstancias actuales o crear otras nuevas”.

Los indicadores de esta dimensión son:

Iniciativa

Caldas et al. (2016, p. 11) afirman, la iniciativa es “la acción de dar comienzo a algo, de hablar o actuar por voluntad propia, adelantándose a una motivación externa o ajena a uno mismo”.

Trabajo en equipo

Consiste en un grupo de personas cuya unión de esfuerzos individuales dan como resultado un desempeño que es mayor que los aportes de cada uno, generando una sinergia positiva a través del esfuerzo coordinado. (Urbano & Toledano, 2009)

Aprendizaje continuo

Incluye la capacidad de capitalizar la experiencia de otros, la propia y la del entorno. Buscar herramientas, medios o motivos para estar al día y encontrar las formas más convenientes de aplicar los conocimientos. (Universidad de Cádiz, 2017)

- **Interés**

Kimmons (2017) sostiene que el primer determinante para el éxito empresarial es el interés. Ya que la iniciativa empresarial resulta rentable dependiendo del desempeño y del tiempo que se le dedique a un emprendimiento; sin embargo, aunque las actividades diarias de un negocio puedan ser interesantes para un empresario, esto no basta para el éxito a menos que este interés pueda convertirse en una visión de crecimiento y expansión. Basado en esto se podría hablar de que el éxito o fracaso de una empresa de cualquier nivel depende de la capacidad visionaria del emprendedor y de su disciplina para mantenerse alineado a dicha visión, la cual se constituye en un indicador de esta dimensión.

Maríñez (2013, p. 23) afirma que “la motivación es la mejor arma para potenciar el rendimiento de los colaboradores”. Suele verse en las empresas personas que son más productivas, eficientes y eficaces que otras, posiblemente porque los intereses personales de los trabajadores menos

efectivos no coinciden con los intereses y objetivos del lugar al que ofrecen sus servicios. (Vázquez, 2015)

Los indicadores de esta dimensión son:

Visión

Es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar. (Cuevas, 2003)

Motivación de logro

Se relaciona con las “necesidades que movilizan a las personas a superarse personalmente. Tiene que ver con los deseos de autorrealización, libertad de decisión y acción” (Fernández & Ruiz, 2006, p. 45).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Pregunta general

¿Existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017?

1.4.2. Preguntas específicos

1. ¿Existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017?
2. ¿Existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017?
3. ¿Existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017?

1.5. Justificación del estudio

Esta investigación se justifica por su relevancia social ya que se encuentra alineada al Plan Estratégico de Desarrollo Regional Concertado de Piura bajo su eje estratégico de desarrollo humano, así como también al cuarto eje del Plan Bicentenario el cual habla sobre economía, competitividad y empleo. En este sentido, los resultados del estudio les permitirá a los estudiantes de la UCSS conocer el grado de relación que existe entre ser formado bajo un perfil emprendedor e iniciar empresarialmente, lo cual les ayudará a tomar conciencia sobre la importancia que tiene emprender y dejar de depender; incluso antes de haber concluido los estudios profesionales.

También esta investigación se justifica por la relevancia económica que tiene el emprendimiento en el Perú, país en donde casi el 87% de empresas fueron emprendimientos a nivel micro las cuales aportaron el 40% del PBI y que a nivel sudamericano fueron generadoras del 47% de empleo (ASEP, 2015). En este sentido, dado que este trabajo investigativo indirectamente fomentará el emprendimiento de los jóvenes universitarios en el distrito de Chulucanas, consecuentemente aportará al crecimiento económico de dicho distrito, el cual se encuentra en proceso de desarrollo.

Por último este estudio se justifica de manera práctica porque permitirá a las autoridades universitarias obtener evidencia del impacto que tiene su malla curricular en la formación de perfiles emprendedores, en consecuencia, permite la detección de las fortalezas y debilidades en el proceso de formación de sus estudiantes, convirtiéndose en insumo crítico para los planes de perfeccionamiento si así lo creyeran conveniente.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Sí existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura – 2017.

1.6.2. Hipótesis específicas

H1. Sí existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017.

H2. Sí existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017.

H3. Sí existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017.

1.7. Objetivo

1.7.1. Objetivo general

Determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura – 2017.

1.7.2. Objetivos específicos

1. Determinar si existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017.
2. Conocer si existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017.
3. Comprobar si existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, Piura - 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, es decir que los resultados serán expresados en forma numérica.

Respecto al diseño de investigación, este estudio se basa en un diseño no experimental, dado que “no se manipulan las variables en estudio sino que solo se observan los fenómenos en su entorno natural para poder analizarlos” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 152). Dentro de la clasificación de diseños de investigación no experimentales, este estudio es transversal o transeccional, porque el recojo de datos se lleva a cabo en un solo periodo de tiempo o tiempo único. Además este estudio se subdivide de la clasificación transversal en una investigación correlacional, ya que busca determinar el grado de relación entre las variables en estudio. (Hernández et al., 2014)

2.2. Variables y Operacionalización

2.2.1. Perfil emprendedor

Alcaraz (2011) sostiene que emprender es un término que expresa un perfil, un conjunto de rasgos que hacen que una persona actúe de una forma determinada y son estos los que le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y lograr un objetivo.

2.2.2. Iniciativa empresarial

Basándose en la definición de Caldas et al. (2016) sobre “iniciativa”, se puede definir la iniciativa empresarial como la acción de dar inicio a una empresa (de cualquier tamaño) aprovechando las oportunidades del entorno, anticipándose a una motivación externa (necesidad).

2.2.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
V1: Perfil emprendedor	Emprender es un término que expresa un perfil, un conjunto de rasgos que hacen que una persona actúe de una forma determinada y son estos los que le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y lograr un objetivo. (Alcaraz, 2011)	Capacidad de análisis	Se medirá la habilidad de los estudiantes para resolver problemas, e identificar oportunidades esto será medido a través de la encuesta.	Capacidad de solución	Ordinal
				Orientación a oportunidades	Ordinal
		Propensión al riesgo	Se medirá hasta qué grado los estudiantes aceptan riesgos, para esto se utilizará la encuesta.	Autoconfianza	Ordinal
				Asunción de riesgos	Ordinal
				Intuición	Ordinal
		Capacidad de relación	Se medirá la facilidad que tienen los estudiantes universitarios para asociarse con otras personas, esto será medido través de la encuesta.	Red de contactos	Ordinal
				Comunicación	Ordinal
Uso de redes sociales	Ordinal				

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
V2: Iniciativa empresarial	Basándose en la definición de Caldas et al. (2016) sobre "iniciativa", se puede definir la iniciativa empresarial como la acción de dar inicio a una empresa aprovechando las oportunidades del entorno, anticipándose a una motivación externa (necesidad).	Creatividad	Se medirá, a través de un cuestionario, el nivel de creatividad de los estudiantes de la UCSS	Autoconciencia creativa	Ordinal
				Liderazgo creativo	Ordinal
				Innovación	Ordinal
		Proactividad	Se medirá la intención de los estudiantes para tomar la iniciativa a nuevas ideas u oportunidades, se utilizará la encuesta.	Trabajo en equipo	Ordinal
				Aprendizaje continuo	Ordinal
				Toma de iniciativa	Ordinal
Interés	Se medirá el grado de interés que los estudiantes tienen por iniciarse empresarialmente, para esto se utilizará la encuesta.	Visión	Ordinal		
		Motivación de logro	Ordinal		

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La población de este estudio estará constituida por todos los alumnos matriculados en el periodo 2017 - II de las diferentes carreras que ofrece la Universidad Católica Sedes Sapientiae en el distrito de Chulucanas, las cuales son:

- Administración y Negocios Internacionales, que cuenta con 101 estudiantes.
- Ingeniería Ambiental, que cuenta con 134 estudiantes.
- Ingeniería Agroindustrial y Biocomercio, que cuenta con 121 estudiantes.
- Terapia Física y Rehabilitación, que cuenta con 93 estudiantes
- Nutrición y Dietética con 98 estudiantes

Fuente: Secretaría de la Universidad Católica sedes Sapientiae

2.3.2. Muestra

Para determinar la muestra se aplicará la fórmula de población finita dado que se conoce la totalidad de estudiantes inscritos en el periodo 2017 – II. A continuación se aplicará un tipo de muestreo probabilístico estratificado, es decir que se separará a la población por estratos o características comunes, dichos estratos serán las carreras profesionales, luego se asignará un peso a cada estrato el cual representa el porcentaje de la población total que ocupa cada estrato. Por último se realizará un muestro aleatorio simple dentro de cada estrato para determinar los individuos que serán encuestados y entrevistados.

Fórmula para determinar la muestra a partir de una población finita:

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

Donde:

n: número de elementos de la muestra.

α : nivel de significancia (5%)

Z_{α}^2 : puntuación correspondiente al nivel de significancia (1,96)

p: porcentaje de la población con las características deseadas (0,5)
 q: porcentaje de la población que no cuenta con las características deseadas (1-p = 0,5)

$$n = \frac{1,96^2 * 0.5 * 0.5 * 547}{0.05^2(547 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 225,91$$

Por lo tanto de una población de 547 estudiantes inscritos en la UCSS, deberá aplicarse el instrumento de evaluación aproximadamente a 226 de ellos para recoger los datos que el investigador requiere.

Tabla 1: Clasificación de la población según estratos

Estratos	Población	Porcentaje
Estudiantes de Administración y Negocios Internacionales	101	18,5%
Estudiantes de Ingeniería Ambiental	134	24,5%
Estudiantes de Ingeniería Agroindustrial y Biocomercio	121	22,1%
Estudiantes de Terapia Física y Rehabilitación	93	17,0%
Estudiantes de Nutrición y Dietética	98	17,9%
Total	547	100%

Fuente: Elaboración del investigador

Administración y Negocios Internacionales

Dado que los estudiantes de esta carrera representan el 18,5% de la población y “n” significa una muestra representativa de la población, deberá aplicarse la encuesta al 18,5% de la muestra determinada (226 alumnos) es decir aproximadamente a 42 estudiantes elegidos aleatoriamente.

Ingeniería Ambiental

Los estudiantes de Ingeniería Ambiental representan el 24,5% del total de la población, así también deberán representar el 24,5% de la muestra determinada, debiendo aplicarse la encuesta aproximadamente a 56 alumnos elegidos aleatoriamente.

Ingeniería Agroindustrial y Biocomercio

Los estudiantes de esta profesión representan el 22,1% del total de la población, así también deberán representar el 22,1% de la muestra determinada, debiendo aplicarse la encuesta aproximadamente a 50 alumnos elegidos aleatoriamente.

Terapia Física y Rehabilitación

Los alumnos de esta carrera profesional representan el 17% del total de la población, así también deberán representar el 17% de la muestra determinada, debiendo aplicarse la encuesta aproximadamente a 38 estudiantes elegidos aleatoriamente.

Nutrición y Dietética

Sólo el 17,9% de la población son estudiantes de Nutrición y Dietética, por tanto, también se representará así para el caso de la muestra siendo el 17,9% del total de la muestra (226 alumnos) aproximadamente 40 estudiantes, los cuales serán elegidos aleatoriamente.

2.3.3. Criterios de selección

Criterios de inclusión: Se incluirá a todos los alumnos matriculados para el periodo 2017- de todas las profesiones.

Criterios de exclusión: Estudiantes que hayan sido inhabilitados.

2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica

Encuesta: Es una técnica netamente cuantitativa que permitirá recoger datos significativos de la unidad de análisis, en este caso los estudiantes de la UCSS de Chulucanas, con el propósito de encontrar la relación entre el perfil emprendedor de los mismos y la generación de iniciativas empresariales.

2.4.2. Instrumento

Cuestionario: Bernal (2010, p. 250) menciona que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que van a medirse”.

2.4.3. Validez

La validez del instrumento será determinada a través del juicio de expertos, así el investigador presentará el instrumento a dos administradores con grado mínimo de Magister y que a la vez sean conocedores de las variables en estudio o bien de la línea de investigación que conlleva este estudio (gestión del talento humano).

Los validadores evaluarán el instrumento en el nivel de: claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia y metodología con el fin de asegurarse de que el instrumento mida lo que el investigador estableció en el objetivo de investigación.

2.4.4. Confiabilidad

Según Bernal (2010, p. 247) la confiabilidad “es la capacidad del instrumento para originar resultados congruentes cuando se aplica por segunda vez, en condiciones tan parecidas como sea posible”.

Para la presente investigación la confiabilidad será medida por un profesional en estadística quién a través de un software estadístico y del instrumento elaborado por el investigador determinará el Alfa de Cronbach, el cual es el indicador que determina el nivel de confiabilidad de los ítems del instrumento. De este modo el cuestionario será indicado como confiable siempre y cuando el Alfa de Cronbach permanezca entre 0.7 y 1.

2.5. Método de análisis de datos

Los datos recogidos a partir del instrumento de evaluación serán organizados en una base de datos en Microsoft Excel, una vez completada esta base de datos será anexada al software estadístico IBM SPSS vigésima tercera versión. En primera instancia se hará un análisis descriptivo de las dimensiones del perfil emprendedor en relación a la iniciativa empresarial, para esto se utilizarán las tablas cruzadas; en segundo lugar se analizarán las correlaciones entre los elementos ya mencionados, se utilizará el coeficiente estadístico de correlación Rho de Spearman, el cual indica la magnitud de la relación entre variables cuantificadas en la escala ordinal.

2.6. Aspectos éticos

Los principios éticos considerados por el autor serán:

- Respeto a los derechos de autor en lo referente a antecedentes, marco teórico, y marco conceptual.
- Veracidad en la aplicación de instrumentos y recojo de datos.
- Autenticidad al expresar los resultados sin ser manipulados.
- Respeto al anonimato de los encuestados.

III. RESULTADOS

Los resultados de la investigación buscan alcanzar los objetivos planteados en el capítulo I, para esto se inició con recoger datos a través de una encuesta aplicada a los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae, y, apoyándose en el software estadístico IBM SPSS 23, se han analizado los resultados en primera instancia de forma descriptiva y después se ha determinado la correlación entre diferentes dimensiones y variables utilizando el coeficiente Rho de Spearman, el cual no sólo indica si existe relación entre variables sino también la magnitud y dirección de dicha relación.

El coeficiente Rho de Spearman oscila entre -1 y +1, los valores próximos a 1 indican una correlación fuerte y positiva (o directa); los valores que se acercan a -1 indican una correlación fuerte y negativa (o indirecta), los valores tendientes a cero indican que no hay correlación lineal.

Tabla 2: Rangos del coeficiente de Spearman

Índice Rho	Interpretación
0.00 – 0.20	Ínfima correlación
0.20 – 0.40	Escasa correlación
0.40 - 0.60	Moderada correlación
0.60 – 0.80	Buena correlación
0.80 – 1.00	Muy buena Correlación

Fuente: Universidad de Chile: *Ayudantía estadística 2014*

Ya que el cuestionario se ha realizado en base a actitudes y comportamientos, se han asignado otros rangos a la escala de likert (escala de 5 valores), así pues, si el encuestado tiene un puntaje entre 1 y 2 (likert), se considerará como un comportamiento muy desfavorable dentro de su perfil, si está entre 2 y 3 será desfavorable, entre 3 y 4 favorable y entre 4 y 5 muy favorable.

3.1. Determinar si existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.

3.1.1. Análisis descriptivo

Tabla 3: Capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS

CAPACIDAD DE ANÁLISIS	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Capacidad de solución										
Si existe algo que “no hay manera de hacer”, ¿encuentro esa manera?	83	36.7	93	41.2	33	14.6	6	2.7	11	4.9
Me es fácil encontrar múltiples decisiones a un mismo problema	47	20.8	116	51.3	38	16.8	19	9.4	6	2.7
Ante un problema: estudio y analizo con detenimiento las ventajas e inconvenientes de las diferentes alternativas de resolución del mismo y anticipo los posibles efectos de utilizar diferentes soluciones o decisiones	64	28.3	110	48.7	40	17.7	8	3.5	4	1.8
Orientación a oportunidades										
Me planteo estrategias personales y acciones pertinentes que suponen añadir valor tanto a mi persona como a mi desarrollo profesional	80	35.4	119	52.7	16	7.1	9	4.0	2	0.9
Suelo anticiparme a situaciones que no son evidentes para otros y realizo acciones para prevenir los problemas que puedan acarrear, llegando incluso a contribuir en proyectos ajenos a los míos	35	15.5	107	47.3	61	27.0	18	8.0	5	2.2

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 3 muestra las frecuencias y porcentajes de las respuestas de los estudiantes de la UCSS frente a una de las dimensiones del perfil emprendedor: la capacidad de análisis.

Se observa aproximadamente al 37% de estudiantes encuestados en total acuerdo con el primer ítem de capacidad de solución, el cual define que si hay algo complicado de hacer, encuentran la forma de hacerlo, así mismo casi el 5% se encuentra en total desacuerdo con este comportamiento. Más del 51% de

estudiantes está de acuerdo en que le es fácil encontrar diversas soluciones a un problema, sin embargo el 2.7% considera en total desacuerdo este ítem.

El 48.7% de alumnos encuestados está de acuerdo en que ante un problema estudian y analizan los beneficios y desventajas de las diferentes alternativas de solución, sólo el 1.8% se encuentra en total desacuerdo con este comportamiento.

Respecto a la orientación a oportunidades aproximadamente el 53% de alumnos opina que está de acuerdo frente a establecer estrategias personales para añadir valor a su persona y a su desarrollo profesional, sólo el 0.9% se encuentra en total desacuerdo con este comportamiento. Más del 47% del total de alumnos encuestados afirma estar de acuerdo con anticiparse a situaciones que otros no perciben fácilmente, el 27% no está ni en desacuerdo ni en acuerdo y sólo el 2.2% de ellos está totalmente desacuerdo.

De acuerdo a lo mostrado en esta tabla se deduce que la mayoría de estudiantes demuestran eficacia para dar soluciones a problemas detectados y que además se encuentran en la búsqueda incesante de momentos propicios para dar iniciativa a un proyecto o para cumplir metas trazadas, lo cual es necesario e importante, ya que la capacidad de análisis le permite al emprendedor ahondarse en la realidad a la cual enfrenta, simplificar su significado y construir conocimiento.

Tabla 4: Tabla cruzada Capacidad de análisis*Iniciativa empresarial

		Iniciativa empresarial				
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable	Total
Capacidad de análisis	Muy desfavorable	Recuento	0	2	0	2
		% dentro de Capacidad de análisis	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,0%	0,9%	0,0%	0,9%
	Desfavorable	Recuento	5	9	4	18
		% dentro de Capacidad de análisis	27,8%	50,0%	22,2%	100,0%
		% del total	2,2%	4,0%	1,8%	8,0%
	Favorable	Recuento	9	36	33	78
		% dentro de Capacidad de análisis	11,5%	46,2%	42,3%	100,0%
		% del total	4,0%	15,9%	14,6%	34,5%
	Muy favorable	Recuento	0	22	106	128
		% dentro de Capacidad de análisis	0,0%	17,2%	82,8%	100,0%
		% del total	0,0%	9,7%	46,9%	56,6%
Total	Recuento	14	69	143	226	
	% dentro de Capacidad de análisis	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

En la tabla 4 se observa un 56.6% del total de estudiantes encuestados con una capacidad de análisis muy favorable, 34.5% favorable, 8% desfavorable y sólo un 0.9% muy desfavorable. Además se observa que el 63.3% del total tiene una actitud muy favorable hacia la generación de iniciativas empresariales, para un 30.5% es favorable y sólo para el 6.2% es desfavorable.

Esta tabla muestra un 0.9% del total de estudiantes encuestados con una capacidad de análisis muy desfavorable, que a la vez cuentan también con una actitud favorable hacia generar iniciativas empresariales, Así también es notable que el 46.9% de estudiantes con una capacidad de análisis muy favorable presentan también una actitud muy favorable hacia la generación de iniciativas empresariales, esto muestra, que en su mayoría, los estudiantes encuestados que

cuentan con una capacidad de análisis favorable o muy favorable cuentan también con una iniciativa empresarial similar.

La presencia de la capacidad de análisis es de suma importancia dentro del perfil de los alumnos dado que les permite discernir entre múltiples alternativas para resolver un problema, ser asertivos al tomar una decisión y estar alertas para aprovechar las oportunidades que su entorno les presenta.

3.1.2. Análisis correlacional

Tabla 5: Correlación entre la Capacidad de análisis y la Iniciativa empresarial

			Iniciativa empresarial
Rho	Capacidad	Coefficiente de correlación	,501**
de Spearman	de análisis	Sig. (bilateral)	,000
N			226

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 5 muestra el coeficiente de correlación de Spearman, el cual asciende a 0.501, así mismo se muestra el nivel de significancia entre la dimensión capacidad de análisis y la variable iniciativa empresarial, el cual es 0.000.

Ya que el autor de esta investigación determinó trabajar con un nivel de confianza al 95% y un $\alpha = 0.05$, se deduce, a partir del nivel de significancia mostrado en la tabla 5 (0.000) que, al ser menor ($p < 0.05$) se acepta la hipótesis que afirma que existe relación entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales, estableciéndose una relación significativa al nivel 0.01.

Por otro lado el coeficiente de Spearman (0.501) indica el grado de relación entre las variables, siendo en este caso de magnitud moderada, así mismo el signo positivo del coeficiente señala que la dirección de la correlación es directa, es decir que si aumenta el porcentaje de estudiantes con una capacidad de análisis, entonces aumentará también la iniciativa empresarial de los mismos.

3.2. Conocer si existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.

3.2.1. Análisis descriptivo

Tabla 6: Propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS

PROPENSIÓN AL RIESGO	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Autoconfianza										
Creo que soy una persona adaptable a los cambios	77	34.1	110	48.7	25	11.1	9	4.0	5	2.2
Afronto los problemas con optimismo	73	32.3	109	48.2	38	16.8	6	2.7	-	-
Confío en mis habilidades y sé lo que puedo lograr	116	51.3	79	35.0	22	9.7	4	1.8	5	2.2
Intuición										
Al tomar decisiones me gusta combinar la intuición (el sexto sentido) con la razón.	61	27.0	113	50.0	42	18.6	10	4.4	-	-
Muchas veces siento que la solución a un problema pasa por mi interior, de forma emocional, y que gracias a esa sensación soy capaz de tomar decisiones	47	20.8	110	48.7	55	24.3	12	5.3	2	0.9
A menudo después de pensar las cosas detenidamente, surge la solución o la respuesta a lo que estaba buscando de forma repentina	51	22.6	118	52.2	41	18.1	15	6.6	1	0.4
Asunción de riesgos										
Asumo la responsabilidad de mis actos	93	41.2	101	44.7	19	8.4	13	5.8	-	-
Cuando soy líder de un equipo de trabajo y el equipo falla, me hago responsable del error cometido	44	19.5	121	53.5	44	19.5	14	6.2	3	1.3
Afronto los riesgos con serenidad, manteniendo un alto desempeño ante situaciones complejas o problemáticas y cumpliendo, a pesar de los imprevistos, con los objetivos propuestos	58	25.7	120	53.1	39	17.3	8	3.5	1	0.4

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 6 muestra los resultados obtenidos a partir de las respuestas de los estudiantes de la UCSS frente a la propensión al riesgo y sus tres indicadores: autoconfianza, intuición y asunción de riesgos.

Respecto a la autoconfianza, aproximadamente el 49% de estudiantes consideran que son personas adaptables a los cambios, más del 11% se encuentra indeciso y aproximadamente el 2% se encuentra en total desacuerdo. Más del 80% piensa que afronta los problemas con optimismo, aproximadamente el 17% se encuentra indeciso respecto a este comportamiento y casi el 3% no cree que este sea su actitud frente a una situación adversa.

Sobre la intuición, exactamente el 50% de encuestados está de acuerdo en que les gusta combinar la intuición con la razón para dar solución a cierta situación, además más del 95% siente muchas veces que la solución a cierto problema pasa por su interior, de forma emocional y que gracias a esa sensación son capaces de tomar una decisión, el 24% no está en acuerdo ni en desacuerdo con este comportamiento y poco más del 6% niega dicha actitud. Más del 52% de alumnos están de acuerdo en que al pensar detenidamente las cosas, surge de forma repentina la respuesta que se estaba buscando, 18.1% no está en acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 0.4% está totalmente en desacuerdo con este ítem.

Finalmente, respecto a la asunción de riesgos se observa que, aproximadamente el 86% de estudiantes encuestados asume la responsabilidad de sus actos, el 8.4% no opina sobre este comportamiento y el 5.8% se encuentra totalmente en desacuerdo con esta afirmación. El 53.5% está de acuerdo en que asumen las consecuencias cuando son líderes de un equipo de trabajo y el equipo falla, el 19.5% se encuentra indeciso frente a este planteamiento, y tan sólo el 1.3% está en total desacuerdo. El 78.8% cree que afronta los riesgos con serenidad, manteniendo un alto desempeño ante situaciones complejas, cumpliendo con los objetivos propuestos, el 17.3% no opina sobre este comportamiento y sólo el 3.9% no cumple con esta afirmación.

De acuerdo a los comportamientos afirmados por los estudiantes, puedo asegurar que en su mayoría los estudiantes de la Universidad Católica de Chulucanas tienen la capacidad de creer en sí mismos para alcanzar metas personales, estos alumnos también son capaces de oír su voz interior y hacer juicios creyendo firmemente en su intuición, además están predispuestos a afrontar situaciones aun cuando estas impliquen incertidumbre o algún tipo de riesgo.

Tabla 7: Tabla cruzada Propensión a riesgos*Iniciativa empresarial

		Iniciativa empresarial			Total	
		Desfavorable	Favorable	Muy favorable		
Propensión a riesgos	Muy desfavorable	Recuento	2	0	0	2
		% dentro de Propensión a riesgos	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,9%	0,0%	0,0%	0,9%
	Desfavorable	Recuento	4	3	0	7
		% dentro de Propensión a riesgos	57,1%	42,9%	0,0%	100,0%
		% del total	1,8%	1,3%	0,0%	3,1%
	Favorable	Recuento	8	45	37	90
		% dentro de Propensión a riesgos	8,9%	50,0%	41,1%	100,0%
		% del total	3,5%	19,9%	16,4%	39,8%
Total	Muy favorable	Recuento	0	21	106	127
		% dentro de Propensión a riesgos	0,0%	16,5%	83,5%	100,0%
		% del total	0,0%	9,3%	46,9%	56,2%
		Recuento	14	69	143	226
	% dentro de Propensión a riesgos	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 7 muestra que el 63.3% de estudiantes presentan una actitud muy favorable respecto a generar iniciativas empresariales y sólo el 6.2% cuenta con una actitud muy desfavorable; así mismo más del 56% presenta una actitud muy favorable respecto a la propensión a riesgos, 39.8% favorable, 3.1% desfavorable y un 0.9% muy desfavorable.

Siguiendo el mismo patrón que en la tabla anterior, la tabla 7 también muestra que los alumnos encuestados que cuentan con una propensión a riesgos muy desfavorable cuentan con una iniciativa empresarial similar, aunque esto se ve sólo en el 0.9% del total de estudiantes, sin embargo es más notorio al observar aproximadamente al 47% de estudiantes con una actitud frente a la propensión a riesgos muy favorable y una iniciativa empresarial igual. Esto es entendible pues

hay que recordar que una persona que está propensa a riesgos es una persona que siempre está preparada, que tiene confianza en sí misma y no teme asumir riesgos; estas son actitudes que perfilan también a quien desea iniciar empresarialmente.

3.2.2. Análisis correlacional

Tabla 8: Correlación entre la Propensión a riesgos y la iniciativa empresarial

			Iniciativa empresarial
Rho de Spearman	Propensión a riesgos	Coefficiente de correlación	,523**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	226

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 8 muestra el coeficiente de correlación de Spearman, el cual asciende a 0.523, así mismo se muestra el nivel de significancia entre la dimensión propensión a riesgos y la variable iniciativa empresarial, el cual es 0.000.

Al observar que el nivel de significancia que muestra la tabla 8 (0.000) es menor al establecido por el investigador ($p < 0.05$), se puede inferir que: sí existe relación entre la propensión a riesgos y la iniciativa empresarial, afirmando la hipótesis establecida en el capítulo I, además la correlación es significativa al nivel 0.01. Segundo, el coeficiente de Spearman (0.523) indica la magnitud de la relación entre las variables así como la dirección de la misma; en este caso la relación es moderada con una dirección directa.

3.3. Comprobar si existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.

3.3.1. Análisis descriptivo

Tabla 9: Capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS

CAPACIDAD DE RELACIÓN	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indeciso		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Red de contactos										
No me cuesta abrirme a la experiencia de otros y recurro a mis compañeros como apoyo y partícipes de mi propia formación.	48	21.2	109	48.2	46	20.4	21	9.3	2	0.9
Puedo fácilmente entablar una conversación amena con personas nuevas de mi entorno	77	34.1	90	39.8	42	18.6	16	7.1	1	0.4
Intento identificar personas que me puedan ayudar a alcanzar mis objetivos y mantengo con ellos contacto constante.	68	30.1	105	46.5	39	17.3	12	5.3	2	0.9
Comunicación										
Tengo facilidad para expresar mis ideas de forma gráfica, a través de dibujos, esquemas o mapas	52	23.0	106	46.9	54	23.9	14	6.2	-	-
Cuando me transmiten alguna información, habitualmente realizo preguntas y trato de decir con mis palabras lo que he entendido para verificar si realmente estoy comprendiendo lo que me están transmitiendo	59	26.1	110	48.7	45	19.9	12	5.3	-	-
Verifico que los demás comprendan lo que quiero transmitir, adapto mi lenguaje verbal y no verbal a las características de quien me dirijo, y logro ponerme en su lugar evitando las ideas y juicios erróneos.	76	33.6	104	46.0	29	12.8	16	7.1	1	0.4
Uso de redes sociales										
Utilizo las redes sociales para conocer nuevas personas	39	17.3	72	31.9	69	30.5	27	11.9	19	8.4
Utilizo las redes sociales para mantenerme informado en temas relevantes de la sociedad	56	24.8	88	38.9	64	28.3	6	2.7	12	5.3
Utilizo las redes sociales para buscar e identificar oportunidades de trabajo	54	23.9	83	36.7	58	25.7	20	8.8	11	4.9

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 9 muestra los resultados obtenidos a partir de las respuestas de los estudiantes de la UCSS frente a la capacidad de relación y sus tres indicadores: red de contactos, comunicación y uso de redes sociales.

Referente a la red de contactos el 48.2% está de acuerdo en que no les cuesta abrirse a la experiencia de otros y recurren a sus compañeros como apoyo, 20.4% no se encuentra en acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 0.9% está en total desacuerdo. El 73.9% cree que puede fácilmente entablar una conversación amena con personas nuevas de mi entorno, el 18.6% se muestra indeciso y el 7.5% no cree que cumpla con este comportamiento. 46.5% están de acuerdo en identificar personas que puedan ayudarlos a alcanzar sus objetivos y mantener contacto con ellos, el 17.3% no opina sobre este comportamiento y sólo el 0.9% está en total desacuerdo con esta afirmación.

Respecto a la comunicación, aproximadamente el 70% afirma tener facilidad para expresar sus ideas de forma gráfica, a través de dibujos, esquemas o mapas; el 23.9% no opina y el 6.2% niega este comportamiento. Además el 74.8% afirma verificar si realmente comprende la información que otros les transmiten, el 19.9% no está ni en desacuerdo ni de acuerdo y sólo el 5.3% está totalmente en desacuerdo con esta actitud. El 79.6% afirma verificar que los demás comprendan lo que quieren transmitir, además adaptan su lenguaje verbal y no verbal a las características de quien se dirigen, y logran ponerse en su lugar evitando las ideas y juicios erróneos, el 12.8% prefiere no opinar, y sólo el 7.5% cree no tener este comportamiento.

Sobre el uso de las redes sociales se observa que, aproximadamente el 32% está de acuerdo en que utiliza las redes sociales para conocer nuevas personas, más del 30% no opina sobre este ítem y un 8.4% se muestra en total desacuerdo. El 63.7% afirma utilizar las redes sociales para mantenerse informado sobre temas socioculturales importantes, el 28.3% se muestra indiferente y el 8% niega dicho comportamiento, por último referente al uso de redes sociales para identificar oportunidades laborales, el 36.7% se muestra de acuerdo, el 25.7% se muestra indiferente y el 4.9% de estudiantes está en total desacuerdo.

Las respuestas de los estudiantes demuestran su capacidad para recibir y transmitir información de manera eficiente, además de identificar personas en las que posteriormente puedan apoyarse para crecer personal o empresarialmente, además en su mayoría los alumnos demuestran hacer un uso adecuado de redes sociales, esto último es de suma importancia por la era tecnológica en la que vivimos actualmente.

Tabla 10: Tabla cruzada Capacidad de relación*Iniciativa empresarial

		Iniciativa empresarial			Total	
		Desfavorable	Favorable	Muy favorable		
Capacidad de relación	Desfavorable	Recuento	10	6	2	18
		% dentro de Capacidad de relación	55,6%	33,3%	11,1%	100,0%
		% del total	4,4%	2,7%	0,9%	8,0%
	Favorable	Recuento	4	49	52	105
		% dentro de Capacidad de relación	3,8%	46,7%	49,5%	100,0%
		% del total	1,8%	21,7%	23,0%	46,5%
	Muy favorable	Recuento	0	14	89	103
		% dentro de Capacidad de relación	0,0%	13,6%	86,4%	100,0%
		% del total	0,0%	6,2%	39,4%	45,6%
Total	Recuento	14	69	143	226	
	% dentro de Capacidad de relación	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
					%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 10 muestra un 45.6% del total de estudiantes con una capacidad de relación muy favorable, 46.5% favorable y un 8% desfavorable. También se muestran los porcentajes vistos anteriormente respecto a la actitud de los estudiantes frente a generar iniciativas empresariales, estos son: 63.3% muy favorable, 30.5% favorable y 6.2% desfavorable.

Aproximadamente el 39% de estudiantes presentan una capacidad de relación muy favorable a la vez que su actitud frente a generar iniciativas empresariales es de

igual grado, es decir que este porcentaje de alumnos cuenta con las competencias suficientes para generar relaciones de asociatividad.

Muchas personas en la actualidad aún no entienden la importancia de saber cómo relacionarse, y justo ahora que se vive en la época de las redes sociales, no se trata sólo de hacer amigos, sino de encontrar personas que nos ayuden en la realización de metas y sueños personales, para esto considero que es muy necesario perder la timidez, ser pronto para oír, algunas veces lento para hablar, pero sobre todo saber transmitir aquello que queremos comunicar y, de acuerdo a los resultados, esto es lo que demuestra la gran mayoría de estudiantes de la UCSS en Chulucanas.

3.3.2. Análisis correlacional

Tabla 11: Correlación entre la Capacidad de relación y la Iniciativa empresarial

		Capacidad de relación	
Rho de Spearman	Iniciativa empresarial	Coeficiente de correlación	,512**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	226

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 11 muestra el coeficiente de correlación de Spearman, el cual asciende a 0.512, así mismo se muestra el nivel de significancia entre la dimensión capacidad de relación y la variable iniciativa empresarial, el cual es 0.000.

Ya que el autor de esta investigación determinó trabajar con un nivel de confianza al 95% y un $\alpha = 0.05$, se deduce, a partir del nivel de significancia mostrado en la tabla 11 (0.000) que, al ser menor ($p < 0.05$) se acepta la hipótesis que afirma que existe relación entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales, estableciéndose una relación significativa al nivel 0.01.

Por otro lado el coeficiente de Spearman (0.512) indica el grado de relación entre las variables, siendo en este caso una relación moderada, así mismo el signo positivo del coeficiente señala que la dirección de la correlación es directa, es decir

que si aumenta el porcentaje de estudiantes con una capacidad de relación favorable, entonces aumentará también la iniciativa empresarial de los mismos.

3.4. Determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.

3.4.1. Análisis descriptivo

Tabla 12: Tabla cruzada Perfil emprendedor*Iniciativa empresarial

			Iniciativa empresarial			Total
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable	
Perfil emprendedor	Desfavorable	Recuento	6	3	0	9
		% dentro de Perfil emprendedor	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
		% del total	2,7%	1,3%	0,0%	4,0%
	Favorable	Recuento	8	50	46	104
		% dentro de Perfil emprendedor	7,7%	48,1%	44,2%	100,0%
		% del total	3,5%	22,1%	20,4%	46,0%
	Muy favorable	Recuento	0	16	97	113
		% dentro de Perfil emprendedor	0,0%	14,2%	85,8%	100,0%
		% del total	0,0%	7,1%	42,9%	50,0%
	Total	Recuento	14	69	143	226
		% dentro de Perfil emprendedor	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%
		% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

En la tabla 12 se muestran los resultados generales, se observa que exactamente el 50% de los estudiantes encuestados presentan un perfil emprendedor muy favorable, de estos el 85.8% también cuentan con actitud muy favorable hacia generar iniciativas empresariales, el 46% del total cuentan con un perfil emprendedor favorable y sólo para el 4% es desfavorable.

Luego de observar la tabla 12, se deduce que en su gran mayoría los estudiantes que presentan un buen perfil emprendedor, también cuentan con una buena actitud para generar iniciativas empresariales, es decir que poseen capacidad de análisis

para dar solución a problemas, identifican las oportunidades que su entorno les ofrece, asumen riesgos y pueden controlarlos, además de conocer cómo construir una red de contactos sólida, que les abra camino en un futuro no tan lejano, son estos estudiantes los mismos quienes poseen creatividad, proactividad e interés por generar empresa.

3.4.2. Análisis correlacional

Tabla 13: Correlación entre el Perfil emprendedor y la Iniciativa empresarial

			Iniciativa empresarial
Rho de Spearman	Perfil emprendedor	Coefficiente de correlación	,517**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	226

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 13 muestra el coeficiente de correlación de Spearman, el cual asciende a 0.517, así mismo se muestra el nivel de significancia entre las variables perfil emprendedor y la iniciativa empresarial, el cual es 0.000.

En primer lugar, al observar que el nivel de significancia que muestra la tabla 13 (0.000) es menor al establecido por el investigador ($p < 0.05$), por lo tanto se acepta la hipótesis general que sostiene que sí existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales, además la correlación es significativa dado que la significancia es menor al 1%. Segundo, el coeficiente de Spearman (0.517) indica la magnitud de la relación entre las variables así como la dirección de la misma; en este caso la relación es moderada con una dirección directa (signo del coeficiente positivo).

IV. DISCUSIÓN Y PROPUESTA

4.1. Discusión

Respecto al primer objetivo específico el cual busca determinar si existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017. Un artículo de la Universidad Politécnica de Madrid menciona que la capacidad de análisis le permite al emprendedor ahondarse en la realidad a la cual enfrenta, simplificar su significado, descubrir oportunidades que parecían estar ocultas, y construir conocimientos partiendo de otros que ya se poseían. Bonilla (2014) indica que el emprendimiento surge de individuos con capacidad de arriesgarse, proponer, tomar decisiones, entre otras características que contiene el perfil emprendedor.

En este sentido los resultados de la investigación revelan que un 56.6% del total de estudiantes encuestados presentan una capacidad de análisis muy favorable, 34.5% favorable, 8% desfavorable y sólo un 0.9% muy desfavorable, así en su mayoría, los estudiantes demuestran ser capaces de estudiar y analizar con detenimiento las ventajas y desventajas de las diferentes alternativas de solución del mismo, también se puede rescatar que más del 47% de encuestados está de acuerdo en que suelen anticiparse ante situaciones que no son evidentes para otros, y realizan acciones para prevenir los riesgos que dichas situaciones puedan acarrear.

Rivera (2014) en su investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre la eficacia y el emprendedurismo en los colaboradores de una Caja Municipal de Piura concluyó que los colaboradores demostraron índices bajos en indicadores como capacidad de solución, toma de decisiones y visión de futuro. Un resultado opuesto a los encontrados en el presente estudio, si bien la encuesta no fue aplicada a la misma unidad de análisis, los resultados resultaron positivos para este caso, en indicadores tales como capacidad de solución y visión de oportunidades.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente y a los resultados obtenidos en la presente investigación, se acepta la hipótesis específica uno (H_1) que la cual sostiene que sí existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los

estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.

Concerniente al segundo objetivo específico, el cual busca conocer si existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017. Aguilar (2014) define la propensión al riesgo como el nivel de riesgo máximo que una persona/empresa está dispuesta a aceptar para lograr sus objetivos/objetivos estratégicos.

Los resultados demuestran que más del 56% de estudiantes presentan una actitud muy favorable frente a la propensión a riesgos y aproximadamente el 40% también con una actitud favorable, siendo únicamente un 4% de estudiantes que revelan una propensión a riesgos entre desfavorable y muy desfavorable. Esto indica que gran porcentaje de estudiantes tienen autoconfianza, apoyan sus ideas y siguen sus pensamientos, además de ser capaces de asumir la responsabilidad que conlleva aceptar ciertos riesgos frente a formar una empresa.

Mollo (2008) en su estudio “La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras: Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de La Plata”, menciona que los alumnos del primer año de universidad son quienes en su mayoría presentan confianza en sí mismos a comparación de los estudiantes de último año, sin embargo ocurre lo contrario respecto a la propensión para asumir la incertidumbre dado que son los alumnos de quinto año quienes presentan en su mayoría esta actitud.

La presente investigación en primer lugar define a la autoconfianza como una cualidad que permite a las personas adaptarse fácilmente a los cambios, afrontar los problemas con optimismo y que confía en sus habilidades, bajo esta perspectiva se ha demostrado que el 82.8% de estudiantes es capaz de adaptarse a los cambios, el 80.5% puede afrontar los problemas con optimismo y que el 86.3% confía en sus habilidades, esto indica que en promedio más del 83% de estudiantes presenta esta cualidad de manera favorable para su perfil emprendedor. También se está de acuerdo con que son los alumnos del primer año son quienes tienen

mayor autoconfianza, pues los resultados demuestran que, en general, más del 35% del total revelan un perfil emprendedor entre favorable y muy favorable.

Los resultados de la investigación demuestran que sí existe relación significativa entre la propensión a riesgos de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017, afirmando la hipótesis específica dos (H_2). Con lo dicho concuerda Jarpa (2007) quien afirma que uno de los factores positivos y personales para iniciar empresarialmente es contar con la capacidad para asumir riesgos equilibrados con la prudencia. Bonilla (2014) También está de acuerdo con esta relación ya que en su investigación concluye que la probabilidad de que una persona con miedo al fracaso sea empresario establecido, emprendedor o emprendedor potencial es muy pequeña.

Según el tercer objetivo específico, el cual desea comprobar si existe relación entre la capacidad de relación de los estudiantes de la Universidad católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017. Vázquez (2015) menciona que los emprendedores están bien conectados, es decir que saben bien cómo construir una red de contactos. Se concuerda totalmente con esta definición, pues los resultados de acuerdo a la construcción de una red de contactos revelan que el 73.9% cree que puede fácilmente entablar una conversación amena con personas nuevas de su entorno, 46.5% están de acuerdo en identificar personas que puedan ayudarlos a alcanzar sus objetivos y mantener contacto con ellos.

Herrera (2013) quien afirma que se tiene una visión vinculada a un emprendedor inmerso en redes sociales para avanzar en la coordinación de sus actividades. Respecto a lo mencionado por este autor, los resultados de esta investigación afirman su comentario, siendo que aproximadamente el 32% está de acuerdo en que utiliza las redes sociales para conocer nuevas personas, el 63.7% afirma utilizar las redes sociales para mantenerse informado sobre temas socioculturales importantes, además referente al uso de redes sociales para identificar oportunidades laborales, el 36.7% se muestra de acuerdo.

Las respuestas de los estudiantes demuestran su capacidad para recibir y transmitir información de manera eficiente, además de identificar personas en las que posteriormente puedan apoyarse para crecer personal o empresarialmente, además en su mayoría los alumnos demuestran hacer un uso adecuado de redes sociales, esto último es de suma importancia por la era tecnológica en la que vivimos actualmente.

En su investigación Bonilla (2014) menciona que el 96% de los encuestados reconocen tener capacidad para trabajar con equipos interdisciplinarios y mantener una comunicación eficiente con el fin de promover emprendimiento. Algo similar ocurre en la presente indagación, los resultados muestran aproximadamente un 70% de estudiantes que afirma tener facilidad para expresar sus ideas ya sea de forma gráfica o a través de esquemas o dibujos, además el 74.8% afirma verificar si realmente comprende la información que otros les transmiten y casi el 80% afirma verificar que los demás comprendan lo que quieren transmitir.

Ante todo lo expuesto y de acuerdo a los datos que resultan del análisis de correlación de Spearman se acepta la tercera hipótesis específica que afirma la existencia de una relación significativa entre la capacidad de relacionarse de los estudiantes de la UCSS con la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.

Referente al objetivo general de la investigación el cual busca determinar la relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017. Alcaraz (2011) afirma que emprender es un término que expresa un perfil, un conjunto de rasgos que hacen que una persona actúe de una forma determinada y son estos los que le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y lograr un objetivo. Por otro lado Covín y Slevin, citados por Soriano (2012) resaltan que la iniciativa empresarial es el acto de establecerte por tu cuenta y comenzar un negocio en lugar de trabajar para el negocio de alguien más. En ese sentido el 50% de los estudiantes encuestados de la UCSS demuestran tener un perfil emprendedor muy favorable,

así mismo el 63.3% del total cuenta con una actitud muy favorable frente a iniciarse empresarialmente.

Jarpa (2007) sostiene que las bases para un modelo de emprendimiento deben basarse en fomentar el emprendimiento a todos los niveles de educación. Arraut citado por Bonilla (2014) menciona que el perfil emprendedor no es solo fruto de la formación personal, sino que además debe ir ligado al proceso de educación formal. Por tal razón, las instituciones educativas juegan un papel fundamental, ya que sobre ellas, recae la responsabilidad de la preparación de profesionales capaces de proponer y desarrollar proyectos emprendedores enfrentando el mercado laboral de una manera diferente y competitiva. Así también Gutiérrez (2011) concluye que hay que migrar hacia una educación emprendedora y que esta debe empezar por capacitar a la plana docente para que promuevan en los estudiantes el espíritu emprendedor.

Se está totalmente de acuerdo con lo expuesto anteriormente por los autores, ya que este estudio se basa en el emprendimiento de jóvenes universitarios, sin embargo Jarpa (2007) también menciona que existe una tendencia equívoca a fomentar el emprendimiento a través de un Plan Nacional en menoscabo de formar emprendedores, enfocándose en los proyectos y no en las personas ejecutantes, con lo mencionado por el economista no se concuerda ya que los resultados demuestran lo contrario, pues de 226 estudiantes encuestados, el 50% cuenta con un perfil emprendedor muy favorable y el 46% presenta un perfil emprendedor favorable; únicamente el 4% de ellos demuestra un perfil desfavorable sobre ser emprendedor, comprobando que la malla curricular de universidad impacta de manera positiva en la formación del perfil emprendedor de los estudiantes.

Las dimensiones del perfil emprendedor consideradas por Bonilla (2014) fueron en base a características sociales, individuales y psicológicas; mencionando las siguientes: autonomía, toma de decisiones, responsabilidad, la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la solidaridad, la necesidad de logro y la minimización de riesgos.

Si bien las dimensiones consideradas por el autor son correctas para el presente estudio no fueron consideradas todas como dimensiones sino que se seleccionaron tres grandes dimensiones que se desglosan en varios indicadores. De esta forma la primera dimensión del perfil emprendedor considerada por el presente autor fue la capacidad de análisis con indicadores como la capacidad de solución (toma de decisiones menciona Bonilla) y la orientación a oportunidades, la propensión al riesgo con sus indicadores autoconfianza, intuición y asunción de riesgos (a lo que Bonilla llama responsabilidad); y por último la capacidad de relación con indicadores tales como el networking o red de contactos, la comunicación y el uso de redes sociales. Otros indicadores tales como liderazgo, creatividad, trabajo en equipo y motivación de logro también fueron usados para la variable iniciativa empresarial del presente estudio.

La idea principal y más clara que se desea enfatizar Mollo (2008) es la tendencia favorable en las Facultades de Ciencias Económicas e Informática en lo que respecta al fomento de la actividad emprendedora desde la educación universitaria. Se podría pensar que esto se debe a cuestiones intrínsecas a las carreras, es decir, la Facultad de Cs. Económicas es el ámbito natural de estudio de las organizaciones e Informática es una ciencia que por su forma de aplicarse genera en el alumno un sentido más fuerte de individualidad para el éxito.

Respecto a lo que afirma el autor anterior hay una contradicción con el presente estudio, dado que los resultados expresan que quienes presentan un perfil emprendedor favorable (9.7% del total de encuestados) y muy favorable (12.8% del total de encuestados) son los estudiantes de ingeniería ambiental. Respecto a los estudiantes de administración y negocios internacionales, el 6.6% del total de estudiantes presenta un perfil emprendedor favorable y el 11.1% muy favorable, sin embargo hay que esclarecer que el recojo de datos para esta investigación está basado en un tipo de muestreo probabilístico estratificado, es decir que existe mayor número de alumnos estudiando ingeniería en la universidad en comparación a los estudiantes de administración que sólo representan el 18.6% del total de estudiantes.

Frente a todo lo expuesto anteriormente y de acuerdo a los resultados obtenidos durante la investigación se deja en evidencia la aceptación de la hipótesis general del estudio, la cual afirma que existe relación significativa entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.

4.2. Propuesta

“Implementación de una Incubadora de Negocios”

4.2.1. Introducción

La Universidad Católica Sedes Sapientiae es una persona jurídica canónica pública que se gobierna conforme a los principios de la Iglesia Católica en el Perú. Es independiente y autónoma, sin fines de lucro, creada y patrocinada por la Diócesis de Carabayllo. Gracias al convenio con la Diócesis de Chulucanas, firmado el 25 de julio de 2011, la UCSS abre su Centro de Investigación, Profesionalización y Extensión Universitaria para la Inclusión Social y el Desarrollo Regional en Chulucanas, con un programa académico descentralizado que ofrece, a la fecha, cinco carreras profesionales orientadas a formar profesionales de alto nivel académico y científico, pero, sobre todo, con valores humanos y cristianos para la transformación de una sociedad más justa y fraterna.

Si bien a través del presente estudio se sabe que los estudiantes demuestran tener competencias y actitudes favorables para emprender y/o iniciar empresarialmente, es sumamente necesario que estas habilidades sean afirmadas en una cultura universitaria que apoye y fortalezca las ideas para generar empresa, de ahí la importancia de la implementación de una incubadora de negocios en la universidad, la cual debe encargarse de fomentar el emprendimiento, formar emprendedores y apoyar las iniciativas de los estudiantes que conforman esta institución.

4.2.2. Objetivos de la propuesta

4.2.2.1. Objetivo general

Implementar una incubadora de negocios en la Universidad Católica Sedes Sapientiae filial Chulucanas.

4.2.2.2. Objetivos específicos

- Fomentar el emprendimiento entre los estudiantes de la UCSS.
- Formar emprendedores.
- Apoyar las iniciativas de los estudiantes.
- Financiar los emprendimientos que demuestren rentabilidad y sostenibilidad.
- Fortalecer la cultura emprendedora de la universidad.

4.2.3. Justificación

Estudios como el de la Global Entrepreneurship Monitor revelan que el Perú es uno de los países más emprendedores a nivel mundial, sin embargo dichos emprendimientos no son sostenibles y al cabo de un año o dos finalizan. Una de las causas principales es la falta de conocimiento en gestión empresarial, por esto, tratándose de una institución que busca formar profesionales de calidad no puede estar ajena a aportar conocimiento a sus estudiantes referente a la constitución de una empresa rentable y sostenible, sin importar si los alumnos escogieron o no estudiar una ciencia económica.

Así mismo este aporte no debe estar orientado únicamente a aportar conocimiento, sino también habilidades y actitudes que complementen su formación académica, financiamiento para hacer realidad sus ideas de negocio, pues, si bien los estudiantes demuestran contar con un perfil emprendedor favorable, debe existir una institución que los apoye en los puntos antes mencionados, he aquí la razón de la incubadora de negocios, la cual funciona como herramienta para

impulsar el nacimiento o crecimiento de una empresa, brindando la asistencia necesaria para crecer.

4.2.4. Análisis FODA

Tabla 14. Matriz FODA de la UCSS

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: 96% de estudiantes con un perfil emprendedor favorable F2: 94% de estudiantes con iniciativa empresarial favorable. F4: Local propio. F5: Precios competitivos</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Poco espacio físico. D2: Poco tiempo en el mercado morropano. D3: Infraestructura deficiente. D4: Pobre dotación de libros de especialidad en la biblioteca.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: Alianzas estratégicas O2: Incremento de la demanda O3: Apoyo del gobierno O4: Avance tecnológico O5: Convenio con la Diócesis de Chulucanas.</p>	<p>Establecer convenios con empresas locales. (F3,O1)</p>	<p>Destinar un espacio para la creación de una oficina de negocios. (D1,D3,O5)</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Decrecimiento poblacional A2: Fenómeno del niño A3: Competencia directa e indirecta.</p>	<p>Hacer promoción en provincias cercanas. (F5, A1,A3)</p>	<p>Capacitar al personal docente en temas de emprendedurismo (D2,A3)</p>

Fuente: Revisión de información y resultados del cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS
Elaboración Propia

4.2.5. Análisis del entorno competitivo

a. Rivalidad entre empresas establecidas

La Universidad Católica Sedes Sapientiae actualmente si cuenta con competencia directa, ya que desde el 2012 una sede de la Universidad Nacional de Piura abrió sus puertas a Chulucanas, sin embargo esta no cuenta con local propio, ni tuvo mucho acogida en la ciudad. Además las carreras que se ofrecen en ambas universidades son en su mayoría

diferentes. Por otro lado existen institutos de educación superior que cuentan como competencia indirecta, pero nuevamente las carreras ofrecidas por la UCSS son diferentes.

b. Amenaza de productos y/o servicios sustitutos

Se consideran como un servicio sustituto los entregados por los institutos superiores como el Instituto Vicús que ofrece carreras técnicas en administración, computación y enfermería, además de otros centros educativos como la Academia Benjamín Franklin que ofrece certificaciones por parte de UGEL en gastronomía, mecánica de motos y estilismo.

c. Riesgo de entrada de nuevos competidores

La probabilidad de que nuevos competidores directos inicien es baja por el gran capital de inversión que conlleva constituir una universidad, por la fuerte gestión administrativa y además porque la población no es tan grande.

d. Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación de la UCSS no es muy alto ya que depende directamente de la Diócesis de Chulucanas y se rige bajo su reglamento.

e. Poder de negociación de clientes

Los clientes de la UCSS son sus estudiantes y todas las personas interesadas en estudiar una carrera en esta institución. El poder de estos es nulo ya que la universidad establece una pensión fija que se paga mensualmente por el servicio de enseñanza que se ofrece

4.2.6. Mercado meta

Está conformado por los jóvenes entre 16 y 25, de la clase B y C, pertenecientes a las provincias de Morropón y Huancabamba, que hayan culminado la secundaria.

4.2.7. Estrategias para la implementación de una incubadora de negocios

Estrategia FO: Establecer convenios con empresas locales

a. Descripción de la estrategia

El objetivo de esta estrategia es conseguir lugares en donde se puedan llevar a cabo las prácticas pre profesionales para así acercar a los estudiantes a experiencias laborales reales, además estas

empresas podrían ser quienes patrocinen las ideas de negocios de los estudiantes.

b. Tácticas

- Hacer una lista de las empresas locales que puedan agregar valor a los estudiantes.
- Enviar cartas a las empresas solicitando dicho convenio.
- Reunirse con los gerentes de dichas empresas para establecer los términos del convenio.

c. Responsable

Coordinador académico de la UCSS

d. Cronograma de actividades

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Presupuesto
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Listar a empresas locales																	10
Enviar solicitudes																	30
Reunirse con los gerentes																	200
TOTAL																240	

e. Presupuesto

Asciende a 240 soles

Estrategia FA: Hacer promoción en provincias cercanas

a. Descripción de la estrategia

El objetivo de esta estrategia es dar a conocer a clientes potenciales la ventaja competitiva que tendrían al estudiar en esta institución, es decir la posibilidad de crear su propio negocio con ayuda de la universidad y otras entidades.

b. Tácticas

- Realizar un estudio de mercado en las zonas que se desea promocionar.
- Entregar merchandising de la universidad.
- Entregar boletines informativos sobre la incubadora de negocios.

c. Responsable

Jefe de imagen institucional y marketing

d. Cronograma

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realizar estudio de mercado en la zona																
Entregar merchandising																
Informar sobre la incubadora de negocios																
TOTAL																

e. Presupuesto

Movilidad	400
Personal	3400
Merchandising	1000
Total	4800

Asciende a 4800 soles.

Estrategia DO: Destinar un espacio para la creación de una oficina de negocios.**a. Descripción de la estrategia**

La finalidad aquí es establecer la oficina en la que los alumnos podrán recibir asistencia técnica y formativa sobre la creación y/o manejo de un negocio. Este será un lugar en el que se formarán líderes con conocimiento en gestión empresarial.

b. Tácticas

- Construcción de la oficina (material pre fabricado)
- Implementar la oficina con los equipos adecuados.
- Contratar personal calificado para encargarse de la oficina.
- Adquirir material necesario para brindar información.

c. Responsable

Director de la universidad

d. Cronograma

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Presupuesto
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Construcción de la oficina																	800
Compra de 02 computadoras																	5000
Comprar e instalar impresora																	900
Comprar útiles de oficina																	200
Contratar encargado y auxiliar de oficina																	200
TOTAL																7100	

e. Presupuesto

Asciende a 7100 soles.

Estrategia DA: Capacitar al personal docente en temas de emprendedurismo.

a. Descripción de la estrategia

El fin de esta estrategia es hacer que los docentes puedan transmitir y cultivar en los alumnos una cultura emprendedora, aportando conocimiento y acciones que motiven a los estudiantes a tomar el camino del emprendimiento y que estos puedan sentirse preparados para asumir este riesgo.

b. Tácticas

- Contratar a un mentor especialista en emprendimiento empresarial.
- Entregar material de lectura (referente a iniciativa empresarial) a los docentes.
- Evaluar a los docentes para medir sus conocimientos en estos temas.
- Tener una reunión con la plana docente.

c. Responsable

Jefe del área de Recursos Humanos

d. Cronograma de actividades

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Presupuesto
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Contratar un mentor		■															1200
Entrega de material y capacitación			■	■	■												200
Evaluación docente				■	■												50
Reunión con docentes								■									20
TOTAL															1470		

e. Presupuesto

Asciende a 1470 soles

Tabla 15. Resumen de las estrategias

Resumen		
Estrategia	Tácticas	Costo
Establecer convenios con empresas locales	<ul style="list-style-type: none"> - Hacer una lista de las empresas locales que puedan agregar valor a los estudiantes. - Enviar cartas a las empresas solicitando dicho convenio. - Reunirse con los gerentes de dichas empresas para establecer los términos del convenio. 	240.00
Hacer promoción en provincias cercanas	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un estudio de mercado en las zonas que se desea promocionar. - Entregar merchandising de la universidad. - Entregar boletines informativos sobre la incubadora de negocios. 	4,800.00
Destinar un espacio para la creación de una oficina de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción de la oficina (material pre fabricado) - Implementar la oficina con los equipos adecuados. - Contratar personal calificado para encargarse de la oficina. - Adquirir material necesario para brindar información. 	7,100.00
Capacitar al personal docente en temas de emprendedurismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar a un mentor especialista en emprendimiento empresarial. - Entregar material de lectura (referente a iniciativa empresarial) a los docentes. - Evaluar a los docentes para medir sus conocimientos en estos temas. - Tener una reunión con la plana docente. 	1,470.00
TOTAL		13,610.00

Fuente: Matriz FODA
Elaboración propia

4.2.8. Viabilidad

Las estrategias propuestas en el apartado anterior, de ser bien implementadas y llevando un control adecuado de las mismas, permitirán en el mediano plazo, mejorar la competitividad tanto de los alumnos como de la institución a la que representan, puesto que ayudarán a fomentar el emprendimiento y la iniciativa empresarial en los jóvenes chulucanenses.

Esta propuesta es viable dado que la institución cuenta con los recursos económicos y humanos necesarios para ejecutarla; además cuenta con el total apoyo de la Diócesis de Chulucanas, institución que ejerce dirección y apoyo económico sobre la Universidad Católica sedes Sapientiae.

4.2.9. Mecanismos de control

Es sumamente necesario que en la implementación de un nuevo proyecto se lleve un control adecuado sobre el proceso, siendo así los indicadores que alertarán a las autoridades universitarias sobre si la implementación de una incubadora de negocios entrega los resultados que se esperan son los siguientes:

- Creación de ideas de negocio sostenibles por parte de los estudiantes.
- Aumento de la iniciativa empresarial de los alumnos.
- Optimización del emprendedurismo en los estudiantes.
- Optimización del emprendedurismo en los docentes.
- Evaluación al personal docente.
- Número de convenios nuevos con empresas locales.
- Número de alumnos nuevos a causa de la promoción de este proyecto.
- Aumento en la eficiencia de los estudiantes.
- Mejora de la competitividad de los alumnos.
- Mejora de la competitividad de la universidad.

4.2.10. Evaluación costo – efectividad

La creación de una incubadora de negocios en la Universidad Católica Sedes Sapientiae requiere de una inversión de 13,610.00 soles, monto que será manejado por las autoridades de la universidad, incluyendo a la Diócesis del distrito. Esta inversión, de ejecutarse con una gestión adecuada, devolverá beneficios a la institución en el mediano y largo plazo.

Los beneficios de esta propuesta se verán reflejados en los estudiantes; porque se logrará formar emprendedores, apoyar sus iniciativas e incluso financiar sus emprendimientos, en la universidad; porque alcanzará una cultura que fomente el emprendimiento, dotando de mayores competencias a sus docentes y siendo motivo para ser la elección de clientes potenciales, pero también en Chulucanas y la economía peruana en general; porque son estos emprendimiento los que generan empleo y crecimiento económico, y son los mismos que han posicionado a este país como uno de los más emprendedores del mundo.

V. CONCLUSIONES

1. Existe evidencia estadística que demuestra que existe relación entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y la generación de iniciativas empresariales de los mismos en el distrito de Chulucanas – 2017, esta relación se da en un grado moderado y con una dirección directa, siendo que la significancia bilateral encontrada fue de 0,00 y el coeficiente de correlación Rho de Spearman alcanzo el 0,501.
2. Se deduce que sí existe relación significativa entre la propensión al riesgo de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su generación de iniciativas empresariales a partir de los indicadores estadísticos de correlación también se puede afirmar que la correlación es significativa al 1%, además dicha relación que guardan esta dimensión y variable tiene un grado moderado y una dirección directa siendo el coeficiente de Spearman de 0,523.
3. Se obtuvo evidencia estadísticamente significativa, la cual revela que sí existe relación entre la dimensión capacidad de relación y la variable iniciativa empresarial de los estudiantes de la Universidad Católica de Chulucanas, esta correlación es significativa ya que la significancia bilateral es de 0,00, y siendo el coeficiente de Spearman de 0,512 también se afirma que la relación es moderada y directa.
4. Se determinó estadísticamente que sí existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas, alcanzando un nivel de significancia de 0,00 y un Rho de Spearman de 0,517 se atestigua que la relación es de grado moderada y directa, es decir que si aumentaran las competencias de los estudiantes que acreditan contar con un perfil emprendedor, también aumentará la generación de iniciativas empresariales.

VI. RECOMENDACIONES

1. Si bien la encuesta aplicada a los universitarios demuestra perfiles emprendedores muy favorables, esto podría no estar directamente relacionado a la formación que se da en la universidad, por tanto se exhorta a no descuidar esta parte que es fundamental y de suma importancia, por tanto podría agregarse a la malla curricular de todas las carreras cursos que permitan desarrollar las habilidades y competencias sociales y psicológicas de los alumnos.
2. Aplicar técnicas de marketing como el benchmarking, dado que lo bueno se imita se podría analizar la gestión administrativa de las universidades más representativas del país y tratar de implementar programas que estas manejan y que permiten apoyar el emprendimiento y formar emprendedores.
3. Empezar con una escuela de líderes si restricciones de edad ni de carrera profesional, pues el emprendimiento no es algo que sólo planean las carreras de ciencias empresariales.
4. Hacer una evaluación de la plana docente para conocer si cumplen con los conocimientos y competencias necesarias para instruir de manera eficiente a los estudiantes en temas como este que son de vital importancia para aumentar la riqueza de los países.
5. Implementar una incubadora de negocios en donde se asesore y apoye las ideas de los estudiantes para hacer realidad la de idea de negocio, además de ofrecer asesoría empresarial, facilidad para construir una red de contactos y sobre todo donde a través de un concurso, u otras estrategias que se crean convenientes, se pueda acceder a financiamiento.

VII. REFERENCIAS

- Aguilar, J. (2014). *Diario Emprendedor*. España: Penguin Random House .
- Alanya, S. (2012). *Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito del Callao*. Tesis para optar el título de Magister en Educación. Facultad de Educación. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1080>
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. Monterrey, México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Alvarez, S. (2016). *Centro de Iniciativa Empresarial para el diseño del calzado en el distrito de San Juan de Lurigancho*. Tesis para obtener el título de Arquitecto. Facultad de Arquitectura. Universidad San Martín de Porres, Lima. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2312>
- Arteaga, R. (27 de Enero de 2012). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/264943>
- ASEP. (17 de Noviembre de 2015). *Asociación de emprendedores del Perú*. Obtenido de <https://asep.pe/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>
- Barreto, K., Zuñiga, S., & Ruiz, S. (2016). Determinantes de la Intención Emprendedora: Nueva evidencia. *Interciencia*(49), 325-330. Obtenido de <repositorio.uchile.cl/handle/2250/141105>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bonilla, R., & García, O. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un análisis empírico en la ciudad de Manizales*. Tesis para optar el grado de magister en Administración de negocios. Facultad de Administración. Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Autónoma de Manizales, Manizales, Colombia. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS%20-%20INFORME%20FINAL.pdf>

- Caldas, E., Gregorio, A., & Hidalgo, L. (2016). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial 4º ESO (LOMCE)*. Mexico: Editorial Editex. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hBD-CwAAQBAJ&pg=PA134&dq=creacion+de+empresa+2016+emprendedores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwir1unohvPTAhVCwiYKHZx6CNsQ6AEIJzAB#v=onepage&q=creacion%20de%20empresa%202016%20emprendedores&f=false>
- Calvo, M., & Rojas, C. (2013). *Networking: Uso práctico de las redes sociales*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=4eczQreEaLwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Clendenes, M. (2016). *Estrategias para promover el emprendimiento en los jóvenes del Centro Poblado Menor de Yacila – Paita*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo, Piura.
- Fernández, M., & Ruiz, j. (2006). *Los jóvenes y la creación de empresas: actitudes y comportamientos emprendedores en la juventud andaluza*. Andalucía, España: Editorial CSIC Press. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=kAgkIM47wREC&printsec=frontcover&dq=creacion+de+empresas&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjnydPv0u3TAhWG1CYKHUZLBB4Q6AEIMjAD#v=onepage&q&f=false>
- Garrido, J. (2015). *Gestión empresarial*. Marcilla, Navarra, España. Obtenido de <http://www.garridofreshmentoring.com/en-que-consiste-la-iniciativa-empresarial/>
- Gutierrez, A., & Amador, M. (2011). *El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México – centro universitario de los altos – un análisis comparativo*. Revista científica. Facultad de Ciencias Contables. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/6497/5721>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Huapaya, M. (2013). *Modelo de innovación en micro y pequeñas empresas de un conglomerado industrial peruano: Caso CITEvid*. Tesis para optar el título de licenciado en Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Piura, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11042/1662>
- Jarpa, J. (Mayo de 2007). Bases para un modelo de emprendimiento en Chile, Factor clave para generar riqueza y crecimiento económico. *Trend Management*, 36-44. Obtenido de <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/127372>
- Kimmons, R. (2017). *Wharton University of Pennsylvania*. (J. Rojahlis, Editor) Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/basics-of-entrepreneurship-the-act-of-being-an-entrepreneur-is-indeed-an-act-of-leadership/>
- López, P., Santos, B., & Bueno, Y. (2016). *Las dimensiones del perfil emprendedor: Contraste empírico con emprendedores de éxito*. Madrid, España.
- Marítnez, M. d. (2013). *Motivación: La gestión empresarial*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Mejía, O. (2015). *Actitud emprendedora de los egresados de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de tesis.usat.edu.pe/handle/usat/159
- Mollo, G. (2008). *La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de La Plata*. Tesis para optar el título de Magister en Administración. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad nacional de la Plata, Universidad de La Plata, La PLata - Argentina. Obtenido de http://secyt.presi.unlp.edu.ar/cyt_html/ebec07/pdf/mollo.pdf
- Pérez, M., & Saavedra, O. (2009). *Espíritu emprendedor y desarrollo del talento humano y su relación con la autoestima de los estudiantes de quinto y sexto grado de primaria de I.E FAP "Samuel Ordóñez" de Castilla Piura, 2009*.

- Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo, Piura.
- Real Academia de la Lengua Española*. (s.f.). Recuperado el 07 de Mayo de 2017, de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=Esip2Nv>
- Rivera, A. (2014). *Eficacia y Emprendedurismo Organizacional en los colaboradores de una Caja Municipal de la ciudad de Piura*. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo, Piura.
- Rodríguez, M. (22 de mayo de 2015). *Manejo de problemas y toma de decisiones*. Mexico DF: El Manual Moderno. Obtenido de https://www.educacion.navarra.es/documents/27590/51352/ASUNCION_D E_RIESGO.pdf/48fe3cb8-5ecf-462b-a586-dc5fbe16aee7
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (Diciembre de 2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Lima: ESAN ediciones. Obtenido de ESAN Graduate School of Business: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2016/global-entrepreneurship-monitor-peru-2015-2016/>
- Soriano, I. (2011). *La iniciativa empresarial por parte de las empresas establecidas y su efecto en el resultado*. Tesis doctoral. Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Rey San Juan, Madrid, España. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10115/11479>
- Universidad Politécnica de Madrid. (2017). *Competencias Genéricas: Recursos de apoyo al profesorado*. Recuperado el 08 de Mayo de 2017, de <http://innovacioneducativa.upm.es/competencias-genericas/formacionyevaluacion/analisisSintesis>
- Urbano, D., & Toledano, N. (2009). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Vázquez, J. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor*. Estados Unidos: Copyrighted.
- Zamora, R. (2012). *Trabajo en Equipo: Motivación, Compromiso y Resultados* (Segunda ed.). Madrid, España: Editorial Lulu.com. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=tBM1AwAAQBAJ&pg=PR1&lpg=PR1&dq=Trabajo+En+Equipo:+Motivacion,+Compromiso+Y+Resultados&sour>

ce=bl&ots=1RAqYNGaf6&sig=Q9mhYWehqxMMnk_5dL_pwKU6nO0&hl=e
s-419&sa=X&ved=0ahUKEwiWuc-
qmJHUAhUFRSYKHZaSCyIQ6AEIQzAJ#v=onepage&q=Tr

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su relación con la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017	<p>Problema general:</p> <p>¿Existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Sí existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017.</p>	<p>Diseño: no experimental</p> <p>Tipo de investigación: correlacional, transeccional.</p> <p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Población: todos los estudiantes de la UCSS</p> <p>Muestra: 226 estudiantes de la UCSS</p> <p>Muestreo: estratificado</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>Método de análisis: Uso de Microsoft Excel para realizar la base de datos, uso de IBM SPSS para analizar los datos a través de frecuencias, tablas</p>
	<p>Problemas específicos:</p> <p>¿Existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017?</p> <p>¿Existe relación significativa entre la propensión al riesgo de</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar si existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.</p> <p>Determinar si existe relación significativa entre la propensión al riesgo de</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>H1: Sí existe relación significativa entre la capacidad de análisis de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017.</p> <p>H2: Sí existe relación significativa entre la</p>	

	<p>los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017?</p> <p>¿Existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017?</p>	<p>los estudiantes de la UCSS la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.</p> <p>Determinar si existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas en el 2017.</p>	<p>propensión al riesgo de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017.</p> <p>H3: Sí existe relación significativa entre la capacidad de relación de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017</p>	<p>cruzadas y el coeficiente Rho de Spearman.</p>
--	--	---	---	---

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Anexo 2: Cuestionario

Buen día, le saluda cordialmente un estudiante de la Universidad César Vallejo - Piura. Este cuestionario busca determinar la relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la UCSS y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas – 2017, por lo que su participación es de suma importancia, por este se le pide 5 minutos de su tiempo para completar este cuestionario de forma anónima. Gracias.

Instrucciones: Lea atentamente los ítems y marque con sinceridad del 1 al 5

CUESTIONARIO						
PERFIL EMPRENDEDOR						
Nº	CAPACIDAD DE ANÁLISIS	Totalmente de acuerdo 5	De acuerdo 4	Indeciso 3	En desacuerdo 2	En total desacuerdo 1
1	Si existe algo que “no hay manera de hacer”, ¿encuentro esa manera?					
2	Me es fácil encontrar múltiples decisiones a un mismo problema					
3	Ante un problema: estudio y analizo con detenimiento las ventajas e inconvenientes de las diferentes alternativas de resolución del mismo y anticipo los posibles efectos de utilizar diferentes soluciones o decisiones					
4	Me planteo estrategias personales y acciones pertinentes que suponen añadir valor tanto a mi persona como a mi desarrollo profesional					
5	Suelo anticiparme a situaciones que no son evidentes para otros y realizo acciones para prevenir los problemas que puedan acarrear, llegando incluso a contribuir en proyectos ajenos a los míos					
Nº	PROPENSIÓN A RIESGOS	Totalmente de acuerdo 5	De acuerdo 4	Indeciso 3	En desacuerdo 2	En total desacuerdo 1
6	Creo que soy una persona adaptable a los cambios					
7	Afronto los problemas con optimismo					
8	Confío en mis habilidades y sé lo que puedo lograr					
9	Al tomar decisiones me gusta combinar la intuición (el sexto sentido) con la razón.					
10	Muchas veces siento que la solución a un problema pasa por mi interior, de forma emocional, y que gracias a esa sensación soy capaz de tomar decisiones					
11	A menudo después de pensar las cosas detenidamente, surge la solución o la respuesta a lo que estaba buscando de forma repentina					
12	Asumo la responsabilidad de mis actos					
13	Cuando soy líder de un equipo de trabajo y el equipo falla, me hago responsable del error cometido					

14	Afronto los riesgos con serenidad, manteniendo un alto desempeño ante situaciones complejas o problemáticas y cumpliendo, a pesar de los imprevistos, con los objetivos propuestos					
Nº	CAPACIDAD DE RELACIÓN	Totalmente de acuerdo 5	De acuerdo 4	Indeciso 3	En desacuerdo 2	En total desacuerdo 1
15	No me cuesta abrirme a la experiencia de otros y recurro a mis compañeros como apoyo y partícipes de mi propia formación.					
16	Puedo fácilmente entablar una conversación amena con personas nuevas de mi entorno					
17	Intento identificar personas que me puedan ayudar a alcanzar mis objetivos y mantengo con ellos contacto constante.					
18	Tengo facilidad para expresar mis ideas de forma gráfica, a través de dibujos, esquemas o mapas					
19	Cuando me transmiten alguna información, habitualmente realizo preguntas y trato de decir con mis palabras lo que he entendido para verificar si realmente estoy comprendiendo lo que me están transmitiendo					
20	Verifico que los demás comprendan lo que quiero transmitir, adapto mi lenguaje verbal y no verbal a las características de quien me dirijo, y logro ponerme en su lugar evitando las ideas y juicios erróneos.					
21	Utilizo las redes sociales para conocer nuevas personas					
22	Utilizo las redes sociales para mantenerme informado en temas relevantes de la sociedad					
23	Utilizo las redes sociales para buscar e identificar oportunidades de trabajo					
INICIATIVA EMPRESARIAL						
Nº	CREATIVIDAD	Totalmente de acuerdo 5	De acuerdo 4	Indeciso 3	En desacuerdo 2	En total desacuerdo 1
24	Me considero una persona creativa					
25	Me doy cuenta de que soy un poco más creativo(a) que la gente que me rodea					
26	Los demás me consideran como una persona creativa					
27	Me considero un buen líder					
28	Cuando tengo una idea clara, me resulta fácil convencer a los demás, transmitirles esa convicción y arrastrarlos a la acción.					
29	Me encanta apasionar a los demás y conseguir que disfruten como yo con las ideas y los proyectos					
30	Me gusta hacer realidad mis ideas y conozco sistemas y metodologías de trabajo para convertir ideas abstractas en hechos concretos					
31	He llevado a cabo personalmente (o colaborando) alguna innovación concreta (producto, servicio, problema) con un cierto éxito					
32	Intento siempre ir por los caminos menos transitados, no me gusta hacer lo que todo el mundo hace					

Nº	PROACTIVIDAD	Totalmente de acuerdo 5	De acuerdo 4	Indeciso 3	En desacuerdo 2	En total desacuerdo 1
33	Soy consciente de mis puntos débiles y de mis puntos fuertes.					
34	Al trabajar en equipo suelo ser participativo y escucho la opinión de todos los miembros					
35	Cuando trabajo en equipo trato de hacer que cada miembro conozca su responsabilidad individual.					
36	Recibo con buen ánimo las críticas constructivas de mi trabajo cuando pertenezco a un equipo					
37	Tomo notas sobre temas que no entiendo y que tengo interés de aprender					
38	Investigo y conozco temas de actualidad sobre la realidad de mi entorno					
39	Usualmente tomo la iniciativa ante situaciones complejas o nuevas					
40	En un grupo de trabajo suelo ser yo quien asigna los roles a cada miembro del equipo					
41	Estoy dispuesto a invertir mi tiempo y dinero para la creación de un negocio propio					
Nº	INTERÉS	Totalmente de acuerdo 5	De acuerdo 4	Indeciso 3	En desacuerdo 2	En total desacuerdo 1
42	Soy consciente de hasta dónde puedo llegar, conozco mis capacidades y mis limitaciones a nivel personal y profesional					
43	Pienso que llegaré a tener mi negocio/empresa propia					
44	Me cuesta ser constante a la hora de conseguir objetivos que me demandan un alto esfuerzo y cuando no los logro, culpo a los demás					
45	Tengo siempre mucha energía y dinamismo y estoy a menudo involucrado(a) en proyectos que me ilusionan.					
46	Cuando algo no me sale bien soy capaz de recuperarme anímicamente en muy poco tiempo					
47	No quisiera depender económicamente de nadie más que de mí mismo					
Datos personales						
EDAD:			SEXO:			
CARRERA PROFESIONAL:			CICLO:			

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Matriz de instrumentos

						INSTRUMENTO: CUESTIONARIO			
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores		Técnica/ Instrumento	Nº de Ítems	Ítems	
¿Existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017?	Determinar si existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017.	Sí existe relación entre el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS) y la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017.	V1: Perfil Emprendedor	Capacidad de análisis		Encuesta	3	1. Si existe algo que “no hay manera de hacer”, ¿encuentro esa manera?	
				X1.1	Capacidad de solución				2. Me es fácil encontrar múltiples decisiones a un mismo problema
									3. Ante un problema estudio y analizo con detenimiento las ventajas e inconvenientes de las diferentes alternativas de resolución del mismo y anticipo los posibles efectos de utilizar diferentes soluciones o decisiones
				X1.2	Orientación a oportunidades			4. Me planteo estrategias personales y acciones pertinentes que suponen añadir valor tanto a mi persona como a mi desarrollo profesional	
							2	5. Suelo anticiparme a situaciones que no son evidentes para otros y realizo acciones para prevenir los problemas que puedan acarrear, llegando incluso a contribuir en proyectos ajenos a los míos	

				Propensión al riesgo				
			X2.1	Autoconfianza	Encuesta	3	6. Creo que soy una persona adaptable a los cambios	
								7. Afronto los problemas con optimismo
								8. Confío en mis habilidades y sé lo que puedes lograr
			X2.2	Intuición	Encuesta	3	9. Al tomar decisiones me gusta combinar la intuición (el sexto sentido) con la razón.	
								10. Muchas veces siento que la solución a un problema pasa por mi interior, de forma emocional, y que gracias a esa sensación soy capaz de tomar decisiones
								11. A menudo después de pensar las cosas detenidamente, surge la solución o la respuesta a lo que estaba buscando de forma repentina
			X2.3	Asunción de riesgos	Encuesta	3	12. Asumo la responsabilidad de mis actos	
								13. Cuando soy líder de un equipo de trabajo y el equipo falla, me hago responsable del error cometido

							20. Verifico que los demás comprenden lo que quiero transmitir, adapto mi lenguaje verbal y no verbal a las características de quien me dirijo, y logro ponerme en su lugar evitando las ideas y juicios erróneos.
				X3.3	Uso de redes sociales		21.Utilizo las redes sociales para conocer nuevas personas
						3	22.Utilizo las redes sociales para mantenerme informado en temas relevantes de la sociedad
							23.Utilizo las redes sociales para buscar e identificar oportunidades de trabajo
				Creatividad			
			Iniciativa Empresarial	Y1.1	Autoconciencia creativa	Encuesta	24.Me considero una persona creativa
							3
							26.Los demás me consideran como una persona creativa
				Y1.2	Liderazgo creativo		27.Me considero un buen líder
						3	28. Cuando tengo una idea clara, me resulta fácil convencer a los demás, transmitirles esa convicción y arrastrarlos a la acción.

							29.Me encanta apasionar a los demás y conseguir que disfruten como yo con las ideas y los proyectos
				Y1.3	Innovación		30.Me gusta hacer realidad mis ideas y conozco sistemas y metodologías de trabajo para convertir ideas abstractas en hechos concretos
						3	31.He llevado a cabo personalmente (o colaborando) alguna innovación concreta (producto, servicio, problema) con un cierto éxito
							32.Intentó siempre ir por los caminos menos transitados, no me gusta hacer lo que todo el mundo hace
				Proactividad			
				Y2.1	Trabajo en equipo	Encuesta	33. Soy consciente de mis puntos débiles y de mis puntos fuertes.
						3	34.Al trabajar en equipo suelo ser participativo y escucho la opinión de todos los miembros
							35. Cuando trabajo en equipo trato de hacer que cada miembro conozca su responsabilidad individual.

				Y2.2	Aprendizaje continuo		3	36.Recibo con buen ánimo las críticas constructivas de mi trabajo cuando pertenezco a un equipo 37.Tomo notas sobre temas que no entiendo y que tengo interés de aprender 38.Investigó y conozco temas de actualidad sobre la realidad de mi entorno
				Y2.3	Toma de iniciativa		3	39.Usualmente tomo la iniciativa ante situaciones complejas o nuevas 40.En un grupo de trabajo suelo ser yo quien asigna los roles a cada miembro del equipo 41.Estoy dispuesto a invertir mi tiempo y dinero para la creación de un negocio propio
				Interés				
				Y3.1	Visión	Encuesta Entrevista	3	42.Soy consciente de hasta dónde puedo llegar, conozco mis capacidades y mis limitaciones a nivel personal y profesional 43.Pienso que llegaré a tener mi negocio/empresa propia

							44.Me cuesta ser constante a la hora de conseguir objetivos que me demandan un alto esfuerzo y cuando no los logro, culpo a los demás
				Y3.2	Motivación de logro		45. Tengo siempre mucha energía y dinamismo y estoy a menudo involucrado(a) en proyectos que me ilusionan.
						3	46.Cuando algo no me sale bien soy capaz de recuperarme anímicamente en muy poco tiempo
							47.No quisiera depender económicamente de nadie más que de mí mismo

Anexo 04. Formatos de Validación del instrumento



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor(a)
 en Ciencias Administrativas
 N° ANR: A202528 de profesión lic. en Ciencias Administrativas
 desempeñándome actualmente como Docente
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:


Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓


 Dr. Freddy W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. N° 843

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de setiembre del Dos mil Diecisiete.


Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. ONIC DE COLEG. N° 843


Dr. :
DNI : 02842237
Especialidad : Administración
E-mail : fcastillo30@hotmail.com



“PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	85				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	85				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	85				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	85				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																	85				


 M. Proddy W. Castillo Palacios
 REG. UNIC DE COLEG. N° 843



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctor(a)
 en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 N° ANR:, de profesión ADMINISTRADORA
 desempeñándome actualmente como DOCENTE
 en U.C.V.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de julio del Dos mil Diecisiete.



Lic. Mercedes R. Palacios de Briceno

Dra. en Ciencias Administrativas

CLAD N° 05103

Dr. (a) : Mercedes R. Palacios de Briceno
DNI : 02845588
Especialidad : Ad.
E-mail : michedes@yaho.es



“PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				97	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																			81		



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Martín Lazo Sánchez con DNI N° 02778943 Magister
 en Administración
 N° ANR: _____, de profesión Lic. Ciencias Administrativas
 desempeñándome actualmente como Decano
 en la Universidad César Vallejo - Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Jóvenes Universitarios	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de julio del Dos mil Diecisiete.

Mgr. : José Martín Lazo Sánchez
 DNI : 02778943
 Especialidad : Administración
 E-mail : milazo@hotmail.com



“PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	85				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	85				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	85				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	85				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																	85				

Anexo 05: Formatos de confiabilidad del Cuestionario

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Carlomartín Espinoza Hidalgo
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su relación con la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario: Perfil emprendedor
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ()
	:	Alfa de Cronbach. (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	26-09-2017
1.7. MUESTRA APLICADA	:	22

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.851
------------------------------------	--------------


III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

<p>Ítems iniciales: 23</p> <p>Ítems finales: 23</p> <p>El índice de confiabilidad de 0.851, caen en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicación del instrumento para cumplir con los objetivos de la investigación</p>


 Estudiante: Carlomartín Espinoza Hidalgo
 DNI : 73711882

Docente :


 LEMIN ABANTO CERNA
 LIC. EN ESTADÍSTICA
 COESPE 506

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
--	--	------------------------------

I. DATOS INFORMATIVOS


1.1. ESTUDIANTE	:	Carlomartín Espinoza Hidalgo
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y su relación con la generación de iniciativas empresariales en el distrito de Chulucanas - 2017
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario: Iniciativa empresarial
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 <i>kurder Richardson</i> ()
		<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	26-09-2017
1.7. MUESTRA APLICADA	:	22

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.866
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

<p>Ítems iniciales: 24</p> <p>Ítems finales: 24</p> <p>El índice de confiabilidad de 0.866, caen en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicación del instrumento para cumplir con los objetivos de la investigación</p>


 Estudiante: Carlomartín Espinoza Hidalgo
 DNI : 73711882


 Docente : LEMIN ABANTO CERNA
 LIC. EN ESTADÍSTICA
 COESPE 506

Anexo 06. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre las edades y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial

Tabla 16. Tabla cruzada Edad*Perfil emprendedor

		Perfil emprendedor				
		Desfavorable	Favorable	Muy favorable	Total	
Edad	16-17	Recuento	2	25	17	44
		% dentro de Edad	4,5%	56,8%	38,6%	100,0%
		% del total	0,9%	11,1%	7,5%	19,5%
	18-19	Recuento	0	8	22	30
		% dentro de Edad	0,0%	26,7%	73,3%	100,0%
		% del total	0,0%	3,5%	9,7%	13,3%
	20-21	Recuento	5	38	40	83
		% dentro de Edad	6,0%	45,8%	48,2%	100,0%
		% del total	2,2%	16,8%	17,7%	36,7%
	22-23	Recuento	2	25	18	45
		% dentro de Edad	4,4%	55,6%	40,0%	100,0%
		% del total	0,9%	11,1%	8,0%	19,9%
	24 a más	Recuento	0	8	16	24
		% dentro de Edad	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		% del total	0,0%	3,5%	7,1%	10,6%
Total	Recuento	9	104	113	226	
	% dentro de Edad	4,0%	46,0%	50,0%	100,0%	
	% del total	4,0%	46,0%	50,0%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 14 muestra que el 19.5% de encuestados son estudiantes entre 16 y 17 años de edad, de estos un 0.9% de alumnos presenta un perfil emprendedor desfavorable, 11.1% favorable y 7.5% es muy favorable. También se observa al 13.3% con edades entre 18 y 19 años, de estos el 3.5% cuenta con un perfil emprendedor favorable y el 9.7% es muy favorable.

La tabla muestra también un 17.7% de estudiantes entre 20 y 21 años con un perfil emprendedor muy favorable y sólo el 2.2% con un perfil desfavorable. De los estudiantes entre 22 y 23 años el 11.1% presenta un perfil favorable respecto al emprendimiento y el 7.1% de estudiantes con 24 años o más ostentan un perfil emprendedor muy favorable.

Al final se observa que el 50% del total de estudiantes de la UCSS cuentan con unas actitudes y comportamientos muy favorables respecto al emprendimiento y que sólo el 4% demuestra lo contrario.

Tabla 17. Tabla cruzada Edad*Iniciativa empresarial

		Iniciativa empresarial			Total	
		Desfavorable	Favorable	Muy favorable		
Edad	16-17	Recuento	2	13	29	44
		% dentro de Edad	4,5%	29,5%	65,9%	100,0%
		% del total	0,9%	5,8%	12,8%	19,5%
	18-19	Recuento	0	6	24	30
		% dentro de Edad	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
		% del total	0,0%	2,7%	10,6%	13,3%
	20-21	Recuento	7	30	46	83
		% dentro de Edad	8,4%	36,1%	55,4%	100,0%
		% del total	3,1%	13,3%	20,4%	36,7%
	22-23	Recuento	2	16	27	45
		% dentro de Edad	4,4%	35,6%	60,0%	100,0%
		% del total	0,9%	7,1%	11,9%	19,9%
24 a más	Recuento	3	4	17	24	
	% dentro de Edad	12,5%	16,7%	70,8%	100,0%	
	% del total	1,3%	1,8%	7,5%	10,6%	
Total	Recuento	14	69	143	226	
	% dentro de Edad	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 15 presenta los resultados obtenidos a partir de las edades de los estudiantes de la UCSS con respecto a la iniciativa empresarial de los mismos. Se manifiesta que de los alumnos entre 16 y 17 años el 12.8% cuenta con una iniciativa empresarial muy favorable y para el 0.9% es desfavorable. De los alumnos entre 18 y 19 años el 10.6% cuenta con una iniciativa empresarial muy favorable.

El dato más relevante lo presentan los alumnos entre 20 y 21 años, ellos representan el 36,7% del total y de estos el 20,4% cuenta con una iniciativa empresarial muy favorable y sólo para el 3.1% es desfavorable.

De los alumnos entre 22 y 23 años el 11.9% muestra una iniciativa empresarial muy favorable y de los alumnos de 24 años a más, quienes representan el 10.6% del total, el 7.5% se perfila con una iniciativa empresarial favorable.

Anexo 07. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre el género y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial

Tabla 18. Tabla cruzada Género*Perfil emprendedor

			Perfil emprendedor			Total	
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable		
Género	Masculin	Recuento	8	52	27	87	
		o	% dentro de Género	9,2%	59,8%	31,0%	100,0%
			% del total	3,5%	23,0%	11,9%	38,5%
	Femenin	Recuento	1	52	86	139	
		o	% dentro de Género	0,7%	37,4%	61,9%	100,0%
			% del total	0,4%	23,0%	38,1%	61,5%
Total		Recuento	9	104	113	226	
		% dentro de Género	4,0%	46,0%	50,0%	100,0%	
		% del total	4,0%	46,0%	50,0%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 16 enseña que del total de alumnos encuestados el 38.5% son de género masculino, de estos el 11.9% muestra un perfil emprendedor muy favorable, el 23% presenta un perfil favorable y para el 3.5% los resultados frente a su perfil emprendedor es desfavorable.

Por otro lado se observa que aproximadamente el 62% de estudiantes encuestados son de género femenino, de este porcentaje se resuelve que el 38.1% de ellas presenta un perfil emprendedor muy favorable el 23% muestra un perfil favorable y solo para el 0.4% de mujeres el perfil emprendedor que presentan es desfavorable

Tabla 19. Tabla cruzada Género*Iniciativa empresarial

		Iniciativa empresarial			Total	
		Desfavorable	Favorable	Muy favorable		
Género	Masculin	Recuento	13	30	44	87
		o % dentro de Género	14,9%	34,5%	50,6%	100,0%
		% del total	5,8%	13,3%	19,5%	38,5%
	Femenin	Recuento	1	39	99	139
		o % dentro de Género	0,7%	28,1%	71,2%	100,0%
		% del total	0,4%	17,3%	43,8%	61,5%
Total	Recuento	14	69	143	226	
	% dentro de Género	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 17 muestra los mismos resultados que la tabla anterior respecto a los porcentajes totales de género (masculino y femenino), sin embargo en esta ocasión la tabla está relacionada a la generación de iniciativas empresariales, en este sentido, se observa que del total de hombres más del 50% cuenta un una iniciativa empresarial muy favorable y hacia el otro extremo aproximadamente el 15% de los mismos presentan una iniciativa empresarial desfavorable.

Respecto al total de mujeres, más del 71% cuenta con una iniciativa empresarial muy favorable y sólo el 0.7% de las mismas presenta una actitud desfavorable hacia la generación de iniciativas empresariales

Anexo 08. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre las carreras profesionales y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial

Tabla 20. Tabla cruzada Carrera profesional*Perfil emprendedor

Carrera profesional			Perfil emprendedor			Total
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable	
Carrera profesional	Ingeniería Agroindustrial y Biocomercio	Recuento	2	21	27	50
		% dentro de Carrera profesional	4,0%	42,0%	54,0%	100,0
		% del total	0,9%	9,3%	11,9%	22,1%
	Ingeniería Ambiental	Recuento	5	22	29	56
		% dentro de Carrera profesional	8,9%	39,3%	51,8%	100,0
		% del total	2,2%	9,7%	12,8%	24,8%
	Administración y Negocios Internacionales	Recuento	2	15	25	42
		% dentro de Carrera profesional	4,8%	35,7%	59,5%	100,0
		% del total	0,9%	6,6%	11,1%	18,6%
	Nutrición y Dietética	Recuento	0	27	13	40
		% dentro de Carrera profesional	0,0%	67,5%	32,5%	100,0
		% del total	0,0%	11,9%	5,8%	17,7%
Total	Terapia Física y Rehabilitación	Recuento	0	19	19	38
		% dentro de Carrera profesional	0,0%	50,0%	50,0%	100,0
		% del total	0,0%	8,4%	8,4%	16,8%
		Recuento	9	104	113	226
		% dentro de Carrera profesional	4,0%	46,0%	50,0%	100,0
	% del total	4,0%	46,0%	50,0%	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 18 deja claro los porcentajes de alumnos encuestados según su carrera profesional, así, el 22.1% de alumnos encuestados pertenecen a la carrera de Ingeniería Agroindustrial y Biocomercio, el 11.9% de estos alumnos cuentan con un perfil emprendedor muy favorable, para el 9.3% es muy favorable y para el 0.9% es desfavorable. Se ve también que más del 22% de estudiantes pertenecen a la carrera de ingeniería Ambiental a la vez que cuentan con un perfil emprendedor

entre favorable y muy favorable, del total de encuestados, el 11.1% cuentan con un perfil emprendedor muy favorable y pertenecen a la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales.

Se observa muy notoriamente que ningún alumno perteneciente a las carreras de Nutrición y Dietética o terapia Física y Rehabilitación cuenta con un perfil emprendedor desfavorable.

Tabla 21. Tabla cruzada Carrera profesional*Iniciativa empresarial

Carrera	Iniciativa empresarial	Recuento	Iniciativa empresarial			Total
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable	
Carrera profesional	Ingeniería	Recuento	3	13	34	50
	Agroindustrial y Biocomercio	% dentro de Carrera profesional	6,0%	26,0%	68,0%	100,0%
		% del total	1,3%	5,8%	15,0%	22,1%
	Ingeniería Ambiental	Recuento	6	16	34	56
		% dentro de Carrera profesional	10,7%	28,6%	60,7%	100,0%
		% del total	2,7%	7,1%	15,0%	24,8%
	Administración y Negocios Internacionales	Recuento	2	12	28	42
		% dentro de Carrera profesional	4,8%	28,6%	66,7%	100,0%
		% del total	0,9%	5,3%	12,4%	18,6%
	Nutrición y Dietética	Recuento	2	11	27	40
		% dentro de Carrera profesional	5,0%	27,5%	67,5%	100,0%
		% del total	0,9%	4,9%	11,9%	17,7%
Total	Terapia Física y Rehabilitación	Recuento	1	17	20	38
		% dentro de Carrera profesional	2,6%	44,7%	52,6%	100,0%
		% del total	0,4%	7,5%	8,8%	16,8%
		Recuento	14	69	143	226
	% dentro de Carrera profesional	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

El 68% de los estudiantes de Ing. Agroindustrial y Biocomercio presentan una iniciativa empresarial muy favorable y para el 6% de los mismos es desfavorable. Del total de alumnos de Ingeniería Ambiental más del 60% cuenta con una iniciativa empresarial muy favorable, sin embargo es desfavorable para el 10.7%.

Aproximadamente el 67% de los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales ostenta una iniciativa empresarial muy favorable y sólo para casi el 5% es desfavorable. De los alumnos de Nutrición y Dietética aproximadamente el 68% presenta una iniciativa empresarial muy favorable y el 5% se encuentra en el otro extremo siendo desfavorable su iniciativa empresarial.

Casi el 53% de los estudiantes de Terapia Física y Rehabilitación presenta una iniciativa empresarial muy favorable, para el 44.7% es favorable y sólo un 2.6% presenta una actitud desfavorable frente a la generación de iniciativas empresariales.

Anexo 09. Análisis descriptivo: Tablas cruzadas entre el año cursado por los estudiantes y las variables Perfil emprendedor e Iniciativa empresarial

Tabla 22. Tabla cruzada Año cursado*Perfil emprendedor

			Perfil emprendedor			Total
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable	
Año cursado	Primer año	Recuento	2	37	43	82
		% dentro de Año cursado	2,4%	45,1%	52,4%	100,0%
		% del total	0,9%	16,4%	19,0%	36,3%
	Segundo año	Recuento	0	9	7	16
		% dentro de Año cursado	0,0%	56,3%	43,8%	100,0%
		% del total	0,0%	4,0%	3,1%	7,1%
	Tercer año	Recuento	0	11	9	20
		% dentro de Año cursado	0,0%	55,0%	45,0%	100,0%
		% del total	0,0%	4,9%	4,0%	8,8%
	Cuarto año	Recuento	7	35	33	75
		% dentro de Año cursado	9,3%	46,7%	44,0%	100,0%
		% del total	3,1%	15,5%	14,6%	33,2%
Quinto año	Recuento	0	12	21	33	
	% dentro de Año cursado	0,0%	36,4%	63,6%	100,0%	
	% del total	0,0%	5,3%	9,3%	14,6%	
Total	Recuento	9	104	113	226	
	% dentro de Año cursado	4,0%	46,0%	50,0%	100,0%	
	% del total	4,0%	46,0%	50,0%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

La tabla 20 exhibe los resultados de la relación entre el año que cursan los estudiantes de la UCSS y el perfil emprendedor de los mismos. Se observa que más del 36% de estudiantes cursa el primer año (primer y segundo ciclo), de estos más del 52% presenta un perfil emprendedor favorable, los estudiantes de segundo año (tercer y cuarto ciclo) representan sólo el 7.1% del total de alumnos encuestados, de estos más del 56% presenta un perfil emprendedor favorable.

El total de estudiantes de tercer año (quinto y sexto ciclo) representan el 8.8% de todos los encuestados, de ellos el 55% cuentan con un perfil emprendedor favorable y el 45% muy favorable, ninguno presenta un perfil desfavorable. Más del 33% son alumnos del cuarto año (séptimo y octavo ciclo) de ellos solo el 9.3% de estudiantes cuentan con un perfil desfavorable respecto a ser emprendedores, el resto cuenta con un perfil favorable o muy favorable. Aproximadamente el 15% de encuestados son alumnos del quinto año (noveno y décimo ciclo), de ellos la gran mayoría (63.6%) se perfilan muy favorablemente a ser emprendedores.

Tabla 23. Tabla cruzada Año cursado*Iniciativa empresarial

			Iniciativa empresarial			Total
			Desfavorable	Favorable	Muy favorable	
Año cursado	Primer año	Recuento	2	21	59	82
		% dentro de Año cursado	2,4%	25,6%	72,0%	100,0%
		% del total	0,9%	9,3%	26,1%	36,3%
	Segundo año	Recuento	0	7	9	16
		% dentro de Año cursado	0,0%	43,8%	56,3%	100,0%
		% del total	0,0%	3,1%	4,0%	7,1%
	Tercer año	Recuento	3	6	11	20
		% dentro de Año cursado	15,0%	30,0%	55,0%	100,0%
		% del total	1,3%	2,7%	4,9%	8,8%
Cuarto año	Recuento	7	25	43	75	
	% dentro de Año cursado	9,3%	33,3%	57,3%	100,0%	
	% del total	3,1%	11,1%	19,0%	33,2%	
Quinto año	Recuento	2	10	21	33	
	% dentro de Año cursado	6,1%	30,3%	63,6%	100,0%	
	% del total	0,9%	4,4%	9,3%	14,6%	
Total	Recuento	14	69	143	226	
	% dentro de Año cursado	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	
	% del total	6,2%	30,5%	63,3%	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes de la UCSS

Al igual que en la tabla anterior se observan los porcentajes de alumnos por cada año cursado, del primer año, el 72% presenta un comportamiento muy favorable frente a la iniciativa empresarial, sólo el 2.4% cuenta con una iniciativa desfavorable. Del segundo año todos cuentan con una iniciativa entre favorable y muy favorable.

El 55% de estudiantes del tercer año aseguran contar con una iniciativa empresarial muy favorable, sin embargo el 15% del mismo año presentan una iniciativa desfavorable. Del cuarto año más del 57% cuenta con una iniciativa empresarial muy favorable, sólo para el 9.3% es desfavorable. Además aproximadamente el 64% de alumnos del quinto año ostentan una iniciativa empresarial muy favorable mientras que para el 6.1% de los mismos es desfavorable.

Tabla 24. Frecuencia de las dimensiones de la Iniciativa empresarial

INICIATIVA EMPRESARIAL	Creatividad		Proactividad		Interés	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Muy desfavorable			1	0,4		
Desfavorable	2	0,9	15	6,6	9	4,0
Favorable	35	15,5	32	14,2	40	17,7
Muy favorable	189	83,6	178	78,8	177	78,3
TOTAL	226	100	226	100	226	100

La tabla muestra los resultados cuantitativos de las dimensiones de la variable iniciativa empresarial de acuerdo a frecuencias y porcentajes.

Se observa que más del 83% de estudiantes encuestados reflejan una creatividad muy favorable y sólo para el 0,9 de los mismos esta competencia es desfavorable, esto significa que la capacidad para innovar que tienen los alumnos es también favorable, es decir que la mayoría ha llevado a cabo una innovación concreta con cierto éxito ya que conocen sistemas y metodologías para convertir esas ideas abstractas en realidad.

Por otro lado aproximadamente el 79% de alumnos encuestados demuestra poseer una proactividad muy favorable, esto quiere decir que saben cómo trabajar en equipo, que constantemente están buscando la forma de aprender más para ser mejores y que tienen el valor para tomar la iniciativa frente a ciertas situaciones; sólo el 7% demuestra no haber desarrollado esta competencia.

Por último la tabla muestra al 78,3% de estudiantes con un interés bastante favorable hacia generar iniciativas empresariales, estos alumnos indicaron conocer hasta dónde pueden llegar ya que dicen conocer sus capacidades y limitaciones, afirman que llegarán a tener su propio negocio. El 96% afirma que no quisieran

depender de nadie más económicamente, sólo el 4% no cumple con estas características.



DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Carlomartín Espinoza Hidalgo, estudiante de la Escuela Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo, sede Piura, declaro que el trabajo académico titulado: **“PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS – 2017”**, presentada en 114 folios para la obtención del título profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda la cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, 17 de mayo del 2019

Firma

DNI: 73711882

Fecha de entrega: 12-may-2019 01:51a.m. (UTC-0500)
 Identificador de la entrega: 1129011017
 Nombre del archivo: Tesis_Carlomart_n_Espinoza.pdf (4.32M)
 Total de palabras: 24156
 Total de caracteres: 132723



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA
 UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN
 CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL
 DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR
 ESPINOZA HIDALGO, CARLOMARTÍN

ASESOR
 DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LINEA DE INVESTIGACIÓN
 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

PIURA - PERÚ
 2017

Dr. Freddy W. Castillo Palacios
 RES. UNIC DE COLOMBIA N° 343



Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	5%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	es.testsworld.net Fuente de Internet	3%
4	ete.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	www.ucss.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.autonoma.edu.co Fuente de Internet	1%
7	xn--caribea-9za.eumed.net Fuente de Internet	1%
8	www.buenastareas.com Fuente de Internet	<1%
9	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	<1%

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

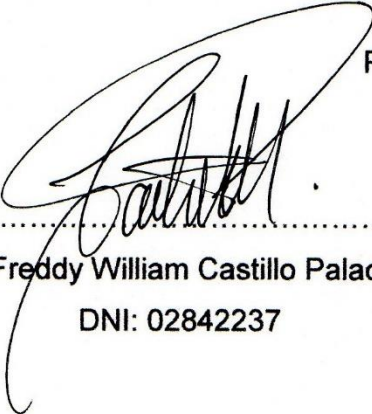
Yo,

Freddy William Castillo Palacios docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada

“PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS – 2017” del estudiante Carlomartín Espinoza Hidalgo, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 17 de mayo del 2019


.....
Dr. Freddy William Castillo Palacios

DNI: 02842237

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"**

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Espinoza Hidalgo Carlomartín
 D.N.I. : 73711882
 Domicilio : Jr. Lambayeque 609, Chulucanas – Morropón - Piura
 Teléfono : Fijo : 292406 Móvil : 984791626
 E-mail : camaeshi@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
 Escuela : Administración
 Carrera : Administración
 Título : Licenciado en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
 Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor:

Espinoza Hidalgo Carlomartín

Título de la tesis:

PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD
 CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE
 INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017

Año de publicación : 2019.

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha :

17/05/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ESPINOZA HIDALGO CARLOMARTIN

INFORME TÍTULADO:

”PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS EMPRESARIALES EN EL DISTRITO DE CHULUCANAS - 2017”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 23/03/2018

NOTA O MENCIÓN: APROBADO



UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

 Dra. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA
 Directora de la Escuela de Administración

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN