



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Percepción de la mentalidad emprendedora de estudiantes
universitarios, Lima Norte, 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Vera Cueva, Rosario Alicia (orcid.org/[0000-0002-4692-7210](https://orcid.org/0000-0002-4692-7210))

ASESOR:

Dr. Jimenez Calderon, Cesar Eduardo (orcid.org/[0000-0001-7894-7526](https://orcid.org/0000-0001-7894-7526))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a la memoria de mi madre Rosario que me dejó luego de obtener mi Bachiller en Administración, a mis hijos, Juan Daniel y Jean Franco ya que son el principal motor de mi vida, a mi esposo Juan por el gran apoyo incondicional en mis metas.

AGRADECIMIENTO

Esta tesis no hubiera sido posible sin el soporte, apoyo, guía y revisión de muchas personas. En primer lugar, quiero agradecer a mis asesores de la Universidad César Vallejo quienes ha sido fuente de conocimiento invaluable, depositando su confianza, asesoría, tiempo y paciencia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.1.1 Tipo de investigación:.....	9
3.1.2 Diseño de investigación:.....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	9
3.3. Población, muestra y muestreo.....	11
3.3.1. Población:.....	11
3.3.2. Muestra:.....	11
3.3.3. Muestreo:.....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.5. Procedimientos.....	12
3.6. Método de análisis de datos.....	12
3.7. Aspectos éticos.....	12
IV. RESULTADOS.....	13
V. DISCUSIÓN.....	20
VI. CONCLUSIONES.....	23
VII. RECOMENDACIONES.....	24
REFERENCIAS.....	25
ANEXOS.....	31

RESUMEN

El objetivo general planteado en esta investigación fue determinar la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, así mismo describe la variable con sus dimensiones: Motivación para emprender, Influencia de la escuela para emprender, Detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y Apoyo que reciben para emprender. El estudio es de tipo aplicada, descriptivo, correlacional. La población y muestra del estudio abarcó 52 estudiantes universitarios que se encuentran entre el V y último ciclo de la carrera, utilizando la técnica de recolección de datos instrumento para la variable, se elaboró 01 cuestionario de 28 items, con la escala de tipo Likert de modo que se analice la percepción de la mentalidad emprendedora de estudiantes universitarios. La confiabilidad se obtuvo con el Alfa de Cronbach con el resultado de 0.940, se aplicó el programa SPSS versión 23 para el procesamiento de datos.

El valor de significancia obtenido resultó de $= 0.000$, valor que permitió afirmar la hipótesis del investigador; rechazando la hipótesis nula. Se realizó el análisis de correlación Rho Spearman.

Palabras clave: emprendimiento, motivación, influencia de la escuela para emprender, habilidades para el desarrollo de emprendimientos, apoyo para emprender.

ABSTRACT

The general objective raised in this research was to determine the perception of the entrepreneurial mentality in university students, likewise describes the variable with its dimensions: Motivation to undertake, Influence of the school to undertake, Detection of skills for the development of entrepreneurship and Support that receives to undertake. The study is applied, descriptive, correlational. The population and sample of the study included 52 university students who are between the V and last cycle of the career, using the instrument data collection technique for the variable, 01 questionnaire of 28 items was elaborated, with the type scale Likert in order to analyze the perception of the entrepreneurial mentality of university students. Reliability was obtained with Cronbach's Alpha with the result of 0.940, the SPSS version 23 program was applied for data processing.

The significance value obtained was = 0.000, a value that allowed affirming the researcher's hypothesis; rejecting the null hypothesis. Spearman's Rho linkage analysis was performed.

Keywords: entrepreneurship, motivation, influence of the school to undertake, skills for the development of entrepreneurship, support to undertake.

I. INTRODUCCIÓN

El tema del emprendimiento entre las universidades del mundo aumentó aceleradamente en los últimos veinte años esto fomenta y exige a las instituciones como universidades iniciar cátedras, programas, talleres de apoyo a los nuevos emprendedores como exigencia del mundo globalizado y conservación del capitalismo (Villa, León & Álvarez, 2007).

Según la GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en el 2021, realizó una encuesta dirigida a 2,000 personas de una población adulta, en donde el resultado arrojó que en la pandemia se incrementaron los negocios y a consecuencia nuevas oportunidades comerciales a comparación del año 2020.

La empresa Ipsos (Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur), en su encuesta realizada a más de 20,000 personas entre hombre y mujeres de 28 países tuvo como resultado que existe un tercio de personas en el mundo que tienen un espíritu emprendedor. Las características van desde tener una sólida ética de trabajo hasta el gusto por asumir riesgos calculados. Dicha encuesta se realizó a fines del 2020, concluyendo que el espíritu emprendedor tiene mucha variación según el país. En primer lugar está Colombia; Sudáfrica y Perú en segundo lugar.

La investigación abordó la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios por lo cual fue necesario conocer el entorno del emprendedor y su emprendimiento. Muchos universitarios no saben si al terminar su carrera, podrán hacer algún emprendimiento o quizás ser un trabajador dependiente; ya que en muchos casos no se brinda información que ayude a visualizar con mayor amplitud las alternativas de ser un gran emprendedor y terminar como empresario.

El emprendedor tiene la facultad de introducir un producto al mercado, para lograrlo o guiarlo se encuentra presente su centro de formación académica que le enseña a realizar estas actividades sea institutos y/o universidades. En esta oportunidad la investigación se realizará en estudiantes universitarios de diferentes

carreras profesionales en donde se estudiará los factores determinantes en la percepción de la mentalidad emprendedora.

Dentro del enunciado la investigación contiene el problema general ¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora de estudiantes universitarios, con la motivación para emprender, la influencia de la escuela para emprender, la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y los apoyos que reciben para emprender, Lima Norte, 2022? y como problemas específicos (a) ¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con los factores de motivación para emprender, Lima Norte, 2022?, (b) ¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte, 2022?, (c) ¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, Lima Norte, 2022?, (d) ¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con los apoyos que reciben para emprender, Lima Norte, 2022?

Según Bernal (2016) indica que la justificación de una investigación es indicar las razones del porqué o para qué se realiza dicho estudio, considerando objetivos y resultados del mismo. Para realizar una investigación se debe tener un propósito o razón suficiente para justificar su desarrollo indicando sus beneficios o aportes.

Según Mujica (2000), la investigación fue sostenida por la teoría epistemológica de la complejidad ya que indica que es importante explicar y concientizar a los emprendedores sobre lo complejo de la gestión de las organizaciones y que su conocimiento permitirá tener una visión más clara hacia dónde deben orientarse.

Bernal (2016), la justificación práctica se refiere cuando la investigación se desarrolla para aportar, ayuda a solucionar un problema, proponiendo estrategias que contribuirán a la resolución. La presente investigación siendo del área de las ciencias empresariales es de carácter práctico porque detalla y analiza el problema planteando estrategias de solución.

Ñaupas (2014), la justificación metodológica indica que es la utilización de diversas técnicas e instrumentos de investigación que apoyen el estudio de otras investigaciones. Pueden utilizar técnicas o instrumentos tales como los ya conocidos cuestionarios, test, pruebas de hipótesis, diagramas de muestreo, etc.

La investigación tuvo el objetivo general, determinar la percepción de la mentalidad emprendedora de estudiantes universitarios con la motivación para emprender, con la influencia de la escuela para emprender, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y con los apoyos que reciben para emprender, Lima Norte, 2022. Los objetivos específicos, (a) Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación con los factores de motivación para emprender, Lima Norte 2022; (b) Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación a la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte 2022; (c) Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación a la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, Lima Norte 2022; (d) Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación a los apoyos que reciben para emprender, Lima Norte 2022.

Se presenta la hipótesis general, Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la motivación para emprender, con la influencia de la escuela para emprender, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y apoyo que reciben para emprender, Lima Norte 2022. Seguido de las específicas, (1) Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la motivación para emprender, Lima Norte 2022 (2) Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte 2022 (3) Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, Lima Norte 2022 (4) Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los

estudiantes universitarios y el apoyo que reciben para emprender , Lima Norte 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, Lanzas et al., (2009) Colombia, planteó la manera de diseñar un instrumento que ayude a recabar toda información para luego identificar perfil de los emprendedores. En su investigación manifiesta lo importante que es el fomento y apoyo al emprendimiento creando empresas que cuenten con tecnología para el desarrollo del país. Concluyendo es fundamental poder reconocer e identificar el perfil emprendedor de base tecnológica ya que ayudará a la creación de empresas basadas en un marco analítico y teórico contribuyendo para identificar a los clientes potenciales creando métodos que asegure buenos resultados y empresas sostenibles por mucho tiempo.

Álvarez et al., (2017), México, realizó un estudio cuantitativo de alcance descriptivo aplicando un cuestionario donde analizan la intención emprendedora. Las dimensiones muestran un resultado favorable corroborando los factores que motivan como determinantes de la intención emprendedora en el ambiente universitario en Tamaulipas. Concluyendo que la formación de capital humano emprendedor logra ser impulsado de manera importante en el ambiente universitario, convirtiéndose en el eje principal y clave para el desarrollo; logrando que sus egresados aporten a la actividad económica, iniciando empresas, implementando emprendimientos.

Hidalgo (2015) en Cuba, realizó el estudio donde se evalúa la cultura y su relación con los procesos empresariales, el emprendedor es aquel que reconoce el momento de realizar un negocio, creando la oportunidad y planea todo lo indispensable para llevar a cabo. Se estudia los elementos que intervienen en el emprendimiento para determinar las características del emprendedor, determinando si este se nace o se forma. En el estudio, los estudiantes de nivel

superior reciben una educación tradicional que no prepara a las exigencias de proactividad ni creación de empresas. Por tal motivo existen bloqueos, limitaciones a la inserción social y aporte al crecimiento tanto regional y nacional. Concluye que por medio de los valores de emprendimiento, la aplicación de conocimientos y diversas habilidades los egresados de las universidades pueden aportar en el desarrollo del país llegando a niveles altos en el ámbito profesional, personal y económico.

Mejía et al., (2017) en México, en su investigación manifestó que en este país desde los años 80 existen programas de emprendimiento y fomento de empleo, pero en el 2015 desarrolló un programa denominado Emprendedor Social y Autoempleo por este motivo se realizó el estudio de percepción de los egresados universitarios emprendedores sobre el impacto de dicho programa. Sabemos en términos generales que el emprendimiento impacta en los países ya que genera empleo y desarrollo social y económico. Se concluye que estos egresados están de acuerdo en convertirse en emprendedores ya que perciben que el programa influyó en el nivel de emprendimiento creando la necesidad de fundar un programa nuevo de acompañamiento a empresas para lograr la continuidad de sus actividades en el mercado.

Sánchez et al., (2016) en el estudio analiza el tema de percepción en relación a la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor, indica que el emprendedor administra la forma de introducir un producto o servicio al mercado. La escuela o centro de formación es el primer lugar en donde recibe las pautas para realizar dichas tareas, en la investigación tuvo como objetivo analizar la percepción de estudiantes de la institución con los diversos factores que intervienen en la formación empresarial y el espíritu emprendedor. Dicho estudio fue realizado a 454 estudiantes de un tecnológico de México de la facultad de ingeniería. Concluye que los estudiantes universitarios no perciben el apoyo en el centro de estudios, notan que existen limitaciones en el modelo de estudio y esto impide alcanzar objetivos para emprender. Las instituciones educativas se enfocan en diseñar modelos para

enseñanza de emprendimiento en donde el estudiante podrá desarrollar ideas, explicar sus experiencias o tal vez recibir consejería que apoye para obtener los recursos económicos de capital. Se detectaron ciertas limitaciones por la escasa información que se obtuvo impidiendo conocer si los estudiantes pueden ser emprendedores o ser prospectos de empresas, faltó datos de la percepción de los docentes maestros y autoridades de la institución. Se concluye que se debe realizar una investigación dónde se analice el nivel de involucramiento o asociación que existe de los profesores y estudiantes para el desarrollo de las habilidades para emprender.

En el ámbito nacional, Tello et al., (2021). Determinó cuál es el factor de mayor importancia en la intención de emprender. Dicha investigación fue realizada en universidades de la región San Martín – Perú. Indicando que entre los tres factores estudiados (factor recursos, factor personal y factor social), el factor personal es el que fomenta una intención emprendedora de los universitarios con un 68%, quedando en segundo lugar el factor recursos con 54%. El estudio tuvo una muestra de 297 estudiantes. Concluye que el factor personal influye consideradamente en la intención emprendedora de los universitarios en donde se entiende que la actitud, destreza, capacidad de identificar, planear, implementar y convertir los problemas en oportunidades; todos estos son elementos necesarios casi obligatorios para tener emprendedores con éxito. Como segundo lugar, el factor recurso se refiere al soporte de conocimiento de parte de las universidades mediante el dictado de talleres, cursos, especializaciones que ayudará al conocimiento, a la preparación y seguridad en sus acciones al momento que el estudiante se enfrente al mercado con el fin de emprender. Cabe mencionar que también juega un papel importante la participación del Gobierno comprometiéndose en desarrollar e implementar actividades para convertir en realidad el emprendimiento del egresado.

Deyvi Omar Mejía Baldera (2015), Chiclayo, llevó a cabo la investigación en donde desea saber ¿Cuál es la actitud emprendedora de los egresados de

Administración de Empresas?, su investigación fue exploratoria y cualitativo. Se realizó el estudio a 20 egresados como muestra. En la investigación indica que los estudiantes de dicha universidad recibieron una formación excelente en la parte teórica, pero fue deficiente o casi nula la parte práctica complicando su preparación en el mercado competitivo. Los egresados independientes practicaron los conocimientos adquiridos en su casa de estudios con visión al futuro al tener su propia empresa, por otro lado los egresados dependientes realizaron limitadamente la práctica en las labores empresariales de manera eficiente pero no ampliaron sus conocimientos con visión emprendedora. Ambos egresados dependientes e independientes cumplen las capacidades de iniciativa propia, buen enfoque a las actividades a realizar, sin embargo los independientes crean sus empresas, por lo contrario los dependientes desarrollan sus capacidades en labores encomendadas de sus jefes. Los egresados dependientes laborando como empleados limitan su visión de emprender por conformarse con un empleo y un sueldo por lo realizado. Ambos egresados tienen habilidades que lo plasman muy bien en sus respectivos ambientes, pero los independientes cuentan con un espíritu emprendedor motivándose para seguir creciendo, por lo contrario de los dependientes que desean crecer pero no lo concretan del todo.

Chávez, P., & Suárez, Q. (2016). Lima, realizó una investigación correlacional, no experimental, teniendo una muestra de 422 estudiantes en donde el objetivo fue saber el nivel de relación de inteligencia emocional y la intención emprendedora concluyendo que los estudiantes universitarios cuentan con la inteligencia emocional promedio al 70.2% y con la intención de emprender de 68.8%. En la inteligencia emocional se maneja la atención en las emociones obteniendo 41.90% con una adecuada atención, claridad de emociones con 60 % y reparación de emociones con 76.5 % promedio. Para la intención emprendedora se maneja las normas sociales obteniendo 59.5%, características de empresarios peruanos con un 65.8% que indica el proceso de desarrollo, actitud con un 66.9 % donde se notan las aptitudes para emprender, oportunidad arroja 57.4% de estudiantes que aprovechan las oportunidades y recursos. Entonces se dice que existe una correlación entre la inteligencia emocional y la intención emprendedora

quedando demostrado que a más inteligencia emocional tiene mayor intención para emprender. También arrojó el estudio que a más atención, claridad y reparación de emociones existe mayor intención para emprender en el estudiante universitario de la universidad Peruana Unión.

Existen definiciones de otros autores como son:

Según Mucchielli (1985) sostiene que la mentalidad permite a los individuos percibir el entorno de manera diferente o peculiar, por consecuencia el comportamiento acorde a la percepción del mundo.

Para Timmons (1989) la mentalidad innovadora es considerada como una habilidad que el ser humano adquiere mediante los hábitos o costumbres para resolver problemas, dando soluciones que además satisfagan y cumplan las expectativas de la sociedad.

El emprendedor innovador es considerado como el ser que da inicio a un negocio con ideas originales, novedosas y atractivas que se reflejan en los servicios y negocios ofrecidos. March (2010)

Entonces se puede indicar que la mentalidad emprendedora es una disposición emocional del ser humano que expresa de manera innovadora su forma de pensar, actuar y ser para hacerle frente a la vida dándole valores de modernismo. Se destaca el valor de la innovación por estar relacionada directamente con la incertidumbre ya que requiere de mayor creatividad y pensamiento libre para enfrentar riesgos y/o fracasos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

Para Bernal (2016), es necesario saber las características del tema a tratar para saber cuál se acopla a nuestra investigación, por ello existen diversos tipos. Para el autor existen investigaciones como la descriptiva, la documental, la correlacional, las explicativas, experimentales e histórica. La investigación fue de tipo aplicada ya que se cuenta con información para procesar y adecuar a la necesidad del estudio.

3.1.2 Diseño de investigación:

Hernández (2014). Es de diseño no experimental y transversal porque las variables no se manipulan y además se observan y describen las variables en su estado natural para el análisis. Los datos recopilados se realizan en un momento determinado.

El nivel es descriptivo – correlacional. Se averigua sobre las modalidades, categorías de la o las variables en un universo (población), son estudios puramente descriptivos.

Correlacional ya que analiza la relación entre dos conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto. Hernández (2014). Enfoque cuantitativo siendo la variable de origen cualitativo, donde se usa la recolección de datos con análisis estadístico. Se debe tener en cuenta ciertos elementos como el objetivo, preguntas, justificación, identificar si es viable o no la investigación y evaluar de las debilidades o carencias del problema.

3.2. Variables y operacionalización

La variable, es el objeto de estudio que puede ser personas, objetos, hechos, que tiene características, cualidades y adquieren valores respecto al referido. Hernández et al., (2014).

Hernández et al., (2014). Operacionalizar indica desprender de la variable sus dimensiones, desde lo general a lo más específico, hasta llegar a los indicadores e ítems que sean medibles.

Variable: Percepción de la mentalidad emprendedora

Definición conceptual

Flores et al., (2013) el emprendedor se considera como pieza primordial para el crecimiento de actividades en la economía nacional.

Krauss (2011) y Olmos (2011) los emprendedores tienen ciertas características que dependen del entorno en donde se desenvuelven, la personalidad que desarrolla, la universidad o centro de formación, la profesión que estudian y por supuesto la familia. Estos aspectos influyen en las inquietudes y alternativas que puedan tener los estudiantes sobre su futuro.

Definición operacional

La percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios se medirá mediante un cuestionario con cuatro dimensiones: Factor de motivación para emprender, influencia de la escuela para emprender, la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y apoyo para emprender.

Indicadores

Entorno académico

Asumir riesgos

Entorno familiar,

Basada en las materias

Basada en los docentes

Basada en las escuelas
Entidades locales
Familiares
Centro de Formación

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población:

Hernández et al., (2014). El conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas características. En la presente la población se refiere a los estudiantes de universidades del V ciclo hasta el último, de diferentes carreras de Lima Norte.

Criterios de inclusión: Estudiantes universitarios del V hasta el último ciclo de la carrera profesional.

Criterio de exclusión: Estudiantes de ciclos menores al V ciclo de la carrera profesional.

3.3.2. Muestra:

La muestra es una porción de la población que se elige con el fin de contar con la información para la elaboración del estudio y que se hará la medición de la variable de estudio. Hernández et al., (2014). Se tomará como muestra a los estudiantes universitarios de Marketing, Ing. Empresarial, Administración, Ing. Industrial de Lima Norte. La muestra es de 52 estudiantes universitarios.

3.3.3. Muestreo:

Hernández et al., (2014) el muestreo que se realiza para escoger un subconjunto de una población con la finalidad de recabar datos y responder al planteamiento del problema de investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para procesar la información obtenida fue la encuesta. El instrumento fue un cuestionario con una valoración de 5 alternativas en la escala de Likert como son: Totalmente de acuerdo, De acuerdo,

Indiferente, Desacuerdo, Totalmente Desacuerdo conformada por 28 items dirigidas a estudiantes universitarios.

3.5. Procedimientos

Se recopiló los datos durante el periodo de 1 semana. El procedimiento inició compartiendo el cuestionario a los universitarios por medio del aplicativo de whatsapp.

Los datos fueron recolectados a través de un formulario generado en la plataforma Google Forms, herramienta para encuestar y obtener respuestas rápidas. Una vez obtenida el total de encuestas, estos datos fueron trasladados al programa Excel, hoja de cálculo, luego fueron analizados en el software estadístico SPSS 23.

3.6. Método de análisis de datos

Se realizarán pruebas estadísticas de correlación usando el Excel, igualmente procesando información con el SPSS 23 el paquete estadístico Statistical Package for the Social Sciences.

3.7. Aspectos éticos

El código de ética es necesario e indispensable contemplarlo para aquellos que hacen investigación sea estudiante, funcionario, egresado, docente. En la investigación cuenta con resultados originales, respetando la propiedad intelectual de autores citando el texto de cada autor.

Así mismo se consideró de manera estricta el uso de las normas APA 7 establecidos por la American Psychological Association para la estructura de la investigación, citas bibliográficas y referencias.

IV. RESULTADOS

Dimensión motivación para emprender

Tabla 01

Distribución de frecuencias para la dimensión motivación para emprender

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
	Indiferente	6	11,5	11,5	13,5
	Acuerdo	39	75,0	75,0	88,5
	Total	6	11,5	11,5	100,0
	acuerdo	6	11,5	11,5	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

El 13.5 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión motivación para emprender, 75 por ciento considera de acuerdo, tan solo el 11.5 por ciento indica total acuerdo sobre la motivación para emprender.

Dimensión influencia de la escuela para emprender

Tabla 02

Distribución de frecuencias para la dimensión influencia de la escuela para emprender

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	2	3,8	3,8	3,8
	Indiferente	2	3,8	3,8	7,7
	Acuerdo	27	51,9	51,9	59,6
	Total	21	40,4	40,4	100,0
	acuerdo	21	40,4	40,4	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

El 7.7 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión influencia de la escuela para emprender, el 51.9 por ciento considera de acuerdo y el 40.4 por ciento indica total acuerdo sobre la influencia de la escuela para emprender.

Dimensión detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos.

Tabla 03

Distribución de frecuencias para la dimensión detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Total				
desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
Indiferente	2	3,8	3,8	5,8
Acuerdo	30	57,7	57,7	63,5
Total acuerdo	19	36,5	36,5	100,0
Total	52	100,0	100,0	

El 5.8 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, el 57.7 por ciento considera de acuerdo y el 36.5 por ciento indica total acuerdo sobre la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos

Dimensión apoyo para emprender.

Tabla 04

Distribución de frecuencias para la dimensión apoyo para emprender

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido Total				
desacuerdo	2	3,8	3,8	3,8
Desacuerdo	2	3,8	3,8	7,7
Indiferente	20	38,5	38,5	46,2
Acuerdo	23	44,2	44,2	90,4
Total acuerdo	5	9,6	9,6	100,0
Total	52	100,0	100,0	

El 7.7 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión apoyo para emprender el 38.5 por ciento considera de acuerdo, mientras que el 44.2 por ciento indica total acuerdo sobre el apoyo para emprender.

ESTADÍSTICA INFERENCIAL / ANALÍTICA

			Correlaciones				
			MOTIVA CION	INFLUEN CIA	HABILID AD	APOY O	VAR_MEN TAL
Rho de Spearman	MOTIVACION	Coeficiente de correlación	1,000	,533**	,488**	,506**	,678**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	52	52	52	52	52
	INFLUENCIA	Coeficiente de correlación	,533**	1,000	,728**	,467**	,640**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	52	52	52	52	52
	HABILIDAD	Coeficiente de correlación	,488**	,728**	1,000	,402**	,630**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,003	,000
		N	52	52	52	52	52
APOYO	Coeficiente de correlación	,506**	,467**	,402**	1,000	,719**	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,003	.	,000	
	N	52	52	52	52	52	
VAR_ MENTALIDAD	Coeficiente de correlación	,678**	,640**	,630**	,719**	1,000	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.	
	N	52	52	52	52	52	

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

Hipótesis General

a) Prueba de hipótesis

Ho= no existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora con sus dimensiones motivación para emprender, influencia de la Escuela para emprender, detección de habilidades y apoyo para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

H1= si existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora con sus dimensiones motivación para emprender, influencia de la Escuela

para emprender, detección de habilidades y apoyo para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

b) Valores críticos o regla de decisión

Si, Sig. $\leq 0,05$; entonces rechazar la hipótesis nula

c) Resultados

Variable: PERCEPCIÓN DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA

Var x Motivación= CD= 45.97 %

Var x Influencia= CD= 40.96 %

Var x Habilidad= CD= 39.69 %

Var x Apoyo= CD= 51.70 %

d) Conclusión

Si existe relación entre la variable percepción de la mentalidad emprendedora con sus dimensiones motivación para emprender (45.97%), influencia de la Escuela para emprender (40.96%), detección de habilidades (39.69%) y apoyo para emprender de los estudiantes universitarios (51.70%), Lima Norte, 2022

Hipótesis específica 1

a) Prueba de hipótesis

Ho= No existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la motivación para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

H1= Si existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la motivación para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

b) Valores críticos o regla de decisión

Si, Sig. $\leq 0,05$; entonces rechazar la hipótesis nula

c) Resultados

Sig. = $0,000 < 0,05$; en consecuencia, rechazar Hipótesis nula

d) Conclusión

Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la motivación para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

Cálculo del Coeficiente de Determinación (%) [grado de asociación de la relación]

$$CD = R \times R = (0,678) (0,678) = 0,4597$$

$$CD\% = 45.97 \%$$

Hipótesis específica 2

a) Prueba de hipótesis

H_0 = No existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la influencia de la Escuela para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

H_1 = Si existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la influencia de la Escuela para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

b) Valores críticos o regla de decisión

Si, Sig. $\leq 0,05$; entonces rechazar la hipótesis nula

c) Resultados

Sig. = $0,000 < 0,05$; en consecuencia, rechazar Hipótesis nula

d) Conclusión

Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la influencia de la Escuela para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

Cálculo del Coeficiente de Determinación (%) [grado de asociación de la relación]

$$CD = R \times R = (0,640) (0,640) = 0,4096$$

$$CD\% = 40.96 \%$$

Hipótesis específica 3

a) Prueba de hipótesis

Ho= No existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la Detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

H1= Si existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la Detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

b) Valores críticos o regla de decisión

Si, Sig. $\leq 0,05$; entonces rechazar la hipótesis nula

c) Resultados

Sig. = $0,000 < 0,05$; en consecuencia, rechazar Hipótesis nula

d) Conclusión

Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos motivación para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

Cálculo del Coeficiente de Determinación (%) [grado de asociación de la relación]

$$CD = R \times R = (0,630) (0,630) = 0,3969$$

$$CD\% = 39.69 \%$$

Hipótesis específica 4

a) Prueba de hipótesis

Ho=No existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y el apoyo para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

H1= Si existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y el apoyo para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

b) Valores críticos o regla de decisión

Si, Sig. $\leq 0,05$; entonces rechazar la hipótesis nula

c) Resultados

Sig. = $0,000 < 0,05$; en consecuencia, rechazar Hipótesis nula

d) Conclusión

Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y el apoyo para emprender de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022

Cálculo del Coeficiente de Determinación (%) [grado de asociación de la relación]

$$CD = R \times R = (0,719) (0,719) = 0,5170$$

$$CD\% = 51.70 \%$$

V. DISCUSIÓN

El objetivo planteado de la presente investigación fue: Determinar la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios con los factores ya mencionados en las siguientes discusiones, estudio realizado en el ambiente académico universitario. En los resultados, se obtuvo que los estudiantes encuestados arrojó que sí existe relación entre la variable percepción de la mentalidad emprendedora con sus dimensiones motivación para emprender (45.97%), influencia de la Escuela para emprender (40.96%), detección de habilidades (39.69%) y apoyo para emprender de los estudiantes universitarios (51.70%).

Según el objetivo específico 1: Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación con los factores de motivación para emprender, Lima Norte 2022. Los resultados obtenidos se evidencia un nivel de correlación positiva moderada (0,678), entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la motivación para emprender reflejando que los procedimientos que se realiza con la motivación tiene relación con la percepción de mentalidad emprendedora arrojando un 45.97 % de grado de asociación de la relación, datos que al ser comparados con Sánchez et al., (2016) no arroja el mismo resultado ya que en su investigación el 58% de estudiantes encuestados indicaron como baja su motivación por emprender de parte de su centro de formación y entorno familiar. En la investigación se consultó a los alumnos si en su carrera de formación se les brindaban alguna experiencia curricular que oriente en la forma en cómo se integra un plan de negocios, el 60% respondió que no, el 22% indicó que sí y el resto mostró indiferencia.

Según el objetivo específico 2: Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación con la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte 2022. Los resultados obtenidos se evidencia un nivel de correlación positiva moderada (0,640), entre la percepción de

la mentalidad emprendedora y la influencia de la escuela para emprender reflejando que los procedimientos que se realiza con la influencia de la escuela para emprender tiene relación con la percepción de mentalidad emprendedora arrojando un 45.97 % de grado de asociación, datos que al ser comparados con lo encontrado por Sánchez et al., (2016) se refleja la diferencia ya que tuvieron la percepción baja; dando como resultado un 58% de los alumnos que no sienten que la universidad impulse la actividad emprendedora, además de que los profesores y el ambiente no es propicio para desarrollar la habilidad del emprendimiento.

Según el objetivo específico 3: Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación con la detección de habilidades para emprender, de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022. Los resultados obtenidos se evidencia un nivel de correlación positiva moderada (0,630), entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la detección de habilidades para emprender reflejando que los procedimientos que se realiza con la detección de habilidades para emprender guarda relación con la percepción de mentalidad emprendedora arrojando un 39.69 % de grado de asociación, en cambio en el estudio de Sánchez et al., (2016) indica que la mayoría de los estudiantes perciban el desarrollo de habilidades para la detección de oportunidades de emprendimiento con un 66% que aceptan el desarrollo de las capacidades de emprendimiento.

Según el objetivo específico 4: Identificar la percepción de la mentalidad emprendedora que tienen los estudiantes universitarios en relación con el apoyo para emprender, de los estudiantes universitarios, Lima Norte 2022. Los resultados obtenidos se evidencia un nivel de correlación positiva alta (0,719), entre la percepción de la mentalidad emprendedora y el apoyo para emprender reflejando que los procedimientos que se realiza con el apoyo para emprender guarda relación con la percepción de mentalidad emprendedora arrojando un 51.70 % de grado de asociación, por lo contrario lo encontrado por Sánchez et al., (2016) se refleja que conocen mucho a las instituciones gubernamentales donde ofrecen apoyo para

quienes deseen iniciar un emprendimiento dándoles solvencia económica, el 30% de los encuestados señalaron que las conocían, un 33% de alumnos desconocieron la información. Al encuestar sobre la percepción de los estudiantes y si conocen de programas de apoyo del gobierno, el 33% respondió que estaba de acuerdo y por lo tanto sabe de los recursos federales que se pueden emplear y en contraste el 38% respondió que no; el resto no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se determinó la relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la motivación para emprender de los estudiantes universitarios Lima Norte 2022, cuyo resultado según el coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,678 indica que existe una relación positiva moderada.

Segunda: Se determinó la relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la influencia de la Escuela para emprender motivación para emprender de los estudiantes universitarios Lima Norte 2022, cuyo resultado según el coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,640 indica que existe una relación positiva moderada.

Tercera: Se determinó la relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos de los estudiantes universitarios Lima Norte 2022, cuyo resultado según el coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,630 indica que existe una relación positiva moderada.

Cuarta: Se determinó la relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora y el apoyo para emprender de los estudiantes universitarios Lima Norte 2022, cuyo resultado según el coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,719 indica que existe una relación positiva alta.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere iniciar programas especializados que incluyan estancias para profesores y alumnos con emprendedores exitosos.

Se recomienda trabajar con una metodología adecuada en las universidades en donde el estudiante llegue alcanzar un nivel óptimo de actitud emprendedora como formación profesional.

El administrador de la institución debería motivar la mentalidad emprendedora para realizar gestión de negocios teniendo en cuenta las oportunidades producto / servicio. Nivel de esfuerzo es 34.03 para llegar al estado adecuado (80%).

REFERENCIAS

- Alda-Varas R, Villardón-Gallego L, Elexpuru-Albizuri I. Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. Rev Electron Investig Psicoeduc Psicopedag. 2012; 10(3): 1057-80.
- Alvarez-Botello, J. , & Leite, E. , & Gonzalez-Garcia, G. , & Estrada-Gutierrez, C. E. (2017). Aportaciones al diseño de formación de emprendedores desde la medición de actitudes del estudiante universitario. caso uaemex - uptc (2016). holos, 2(),290-300ISSN: 1518-1634. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=481554847021>
- Ander-Egg, Ezequiel. Introducción a las técnicas de investigación social; Buenos Aires, Ed. Humanitas, 1974.
- Andrés Delicio, F. (2003), “La vocación emprendedora de los estudiantes universitarios El Caso de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar De la Plata.”, UNMDP. 7ma. Reunión anual red pymes mercosur, Rafaela, Rosario. Octubre 2003.
- Barrientos, Pedro (2014). Cómo escribir un Artículo con Estilo APA. Pautas y Consejos. Paper de Investigación.
- Bernal, C. (tercera edición). (2010) Metodología de la investigación - administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Colombia. Editorial Pearson.
- Bernal, Cesar A. Metodología de Investigación, 4º edición, Pearson, Colombia, 2016
- Bucardo, C. A., Saavedra, G. M. L., & Camarena, A. M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. Suma de Negocios, 6(13), 98-107.

- Cano Guillén, C.J; García García, J.; Gea Segura, A.B (2003): "Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios", Escobar Impresores, S.L, El Ejido (Almería).
- Chávez, P., & Suárez, Q. (2016). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Lima.
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/409/Erlita_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Deyvi Omar Mejía Baldera (2015), Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas 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, Perú.
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf
- Druker, P. (1986). La disciplina de la innovación. Harvard Deusto Business Review, 63, 67-72.
- Espíritu, R. & Sastre, M. (2008) Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España
<http://www.clee2008.ufsc.br/25.pdf>
- Flores, M. A., Lucatero, I., Campos, M., Naranjo, E., & López, N. (2013). Global entrepreneurship monitor México. México City. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>
- Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. In Chacra Experimental Integrada Barrow (Vol. 1439).

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption. London: GEM. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (1999). Estudio GEM 1999. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/221/gem-1999-global-report>

Gómez Ceja, Guillermo. Metodología de investigación para áreas sociales; México, Ed. Colegio de Licenciados en Administración, 1984.

Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio MP. Metodología de la investigación. 6ta ed. México: Mac Graw Hill; 2014.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (sexta edición) (2014). Metodología de la Investigación. México. MC Graw-Hill/interamericana Editores.

Hidalgo Proaño, Luis Fernando (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 3(2), 1-8. [fecha de Consulta 7 de Junio de 2022]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552357189003>

<https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021_01/ipsos_empr_endimiento_en_tiempos_de_pandemia_-_enero_2021.pdf

Krauss, C. (2005) Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica de Uruguay. Revista electrónica FCE universidad Católica.

[http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_\(krauss\).pdf](http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_(krauss).pdf).

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay*. Dimensión Empresarial, 9(1), 28-40.

Lanzas Duque, Victoria Eugenia, & Lanzas Duque, Angela Maria, & Lanzas Duque, Francisco Danilo (2009). propuesta para medir el perfil de los

emprendedores de base tecnologica. *Scientia Et Technica*, XV(43),267-272.

ISSN: 0122-1701. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310047>

Lazo Vera, Jorge Omar, & Melo Pezo, Xavier Alonso. (2020). Actitud emprendedora de médicos especialistas en un hospital de Huancavelica, Perú. *Horizonte Médico* (Lima), 20(3), e1249. <https://dx.doi.org/10.24265/horizmed.2020.v20n3.04>

March, I. (2010). *Innovadores o vencidos. Tiempo de emprender en la Nueva Economía*. Valencia: Starct - Up Gestión en colaboración con la Universidad de Valencia.

Marín, A., & Rivera, I. (2014). Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica. *Acta Universitaria*, 24(55), 48-58.

Martínez L. Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla [Internet]. HubSpot. 2019. Disponible en: <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>

Mejía-Ochoa, FJ, Limón-Rivera, R., Rojas-Martínez, JC, Peláez-Muñoz, EC, Hernández-Velásquez, S., Fierro-Domínguez, E., Panzo-Macuixtle, DM, Chipahua-Chipahua, L., & González-Pérez, M. (2017). Estudio De Percepción De Emprendedores Universitarios Sobre El Impacto De Un Programa Escolar De Emprendimiento En Sus Empresas, En Tehuipango, Veracruz. *Revista científica europea, ESJ*, 13 (34), 48. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n34p48>

Mora Pabón, Ricardo (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crear empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71),70-83.[fecha de Consulta 4 de Agosto de 2022]. ISSN: 0120-8160. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20623157006>

Muchielli, A. (1985). *Les Mentalités*. París: Presses Universitaires de France.

- Mujica, M. (2000). Nuevas estrategias para gerenciar. Una visión epistemológica. [Documento en línea]. Disponible: <http://diegoibarra.ve.tripod.com/nuevas.htm>. [Consulta, 2012, septiembre 10].
- Muñoz, A. (1997). El perfil emprendedor del universitario español. Documento inédito del Instituto Universitario EuroforumEscorial El Escorial. Madrid. Fundación General de la U.C.M., Comunidad Autónoma de Madrid y F.S.E.
- Olmos, E. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11(1), 65-75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90418851009>
- Pedraza Melo, Norma Angélica , & Alvarez Herrera, Maritza , & Lavín Verástegui, Jesús (2017). Formación de emprendedores del capital humano universitario. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, XXVII(2),11-25 ISSN: 1405-3543. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65456039002>
- Pérez Márquez, M. J. A., & Mercado Silva, M. J. D. . (2021). Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación en cursos de capacitación virtual para el desarrollo de ideas de negocio. *Revista Qualitas*, 21(21), 057 - 078. Recuperado a partir de <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/85>
- Raffino M. (2020). Emprendimiento. Recuperado de <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Reyes Alfaro, Cecilia Elizabeth, & Arroyo Rosales, Elizabeth Madeleine, & Ayala Jara, Carmen Isolina, & Castillo Saavedra, Ericson Felix (2021). Escala de perfil emprendedor en estudiantes universitarios peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94),840-858. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29069612021>

- Romero, J. M., Herrera, A., González, Y., Montiel, M., & Asai, J. (2013). *Emprender con éxito desde la universidad* (S. Barro Ameneiro, Ed.). La Coruña, España: Nesbiblo, S. L.
- Sánchez Rodríguez, Salvador , & Hernández Herrera, Claudia Alejandra , & Jiménez García, Martha (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6),70-82. ISSN: 0188-6266. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41649084009>
- Tello Fasanando, Zoilita, & Chugnas Malimba, Emith Sarai, & Cruz Tarrillo, Jose Joel, & Lloja Rengifo, Helen (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4),269-281.[fecha de Consulta 7 de Junio de 2022]. ISSN: 2219-7168. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449870429003>
- Timmons, J. (1989). *La mentalidad empresarial*. Buenos Aires: Edit. Sudamericana.
- Van Auken, H. (2013). Influence of a culture-based entrepreneurship program on student interest in business ownership. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2) 261-272.
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13, 303-327
- Villa Montoya, A. M., León, K. Álvarez, Álvarez, M. T., & Piemontese Hernández, A. A. (2007). Estado del arte de la investigación en emprendimiento empresarial en la Universidad Iberoamericana durante los años 2000 a 2004. *Revista Politécnica*, 3(5), 33 - 47. Recuperado a partir de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/pol/article/view/72>
- Wongnaa, C. A., Zu, A., & Seyram, K. (2014). Factors influencing polytechnic students ' decision to graduate as entrepreneurs. *Journal of Global Entrepreneurship Reserch*, 2(2), 1-13. Retrieved from <http://www.journal-iger.com/content/2/1/2>

ANEXOS

ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Tabla 01: Percepción de la mentalidad emprendedora

Resumen de procesamiento de casos		N	%
Casos	Válido	52	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	52	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,940	28

Fuente: Datos proporcionados del SPSS 23

Interpretación: El resultado de la prueba de fiabilidad, de la investigación tiene un valor de 0.940 lo que indica que el instrumento tiene confiabilidad de excelente.

Tabla 02: valores de significancia del instrumento

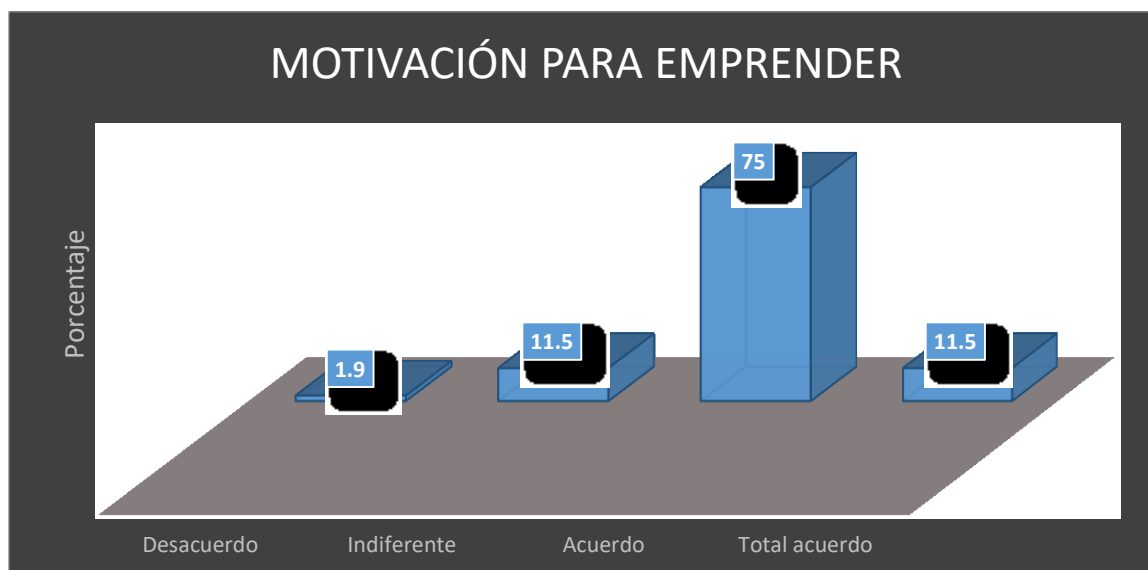
Baremo para estimación del nivel de confiabilidad

RANGO	EVALUACIÓN DEL COEFICIENTE
Coeficiente alfa >,9	Es excelente
Coeficiente alfa >,8	Es bueno
Coeficiente alfa >,7	Es aceptable
Coeficiente alfa >,6	Es cuestionable
Coeficiente alfa >,5	Es probable
Coeficiente alfa <,5	Es inaceptable

Fuente: Sánchez, J. E. (2019). *Cadena de valor e innovación*. Durango, México: Universidad Juárez del Estado de Durango.

Dimensión motivación para emprender

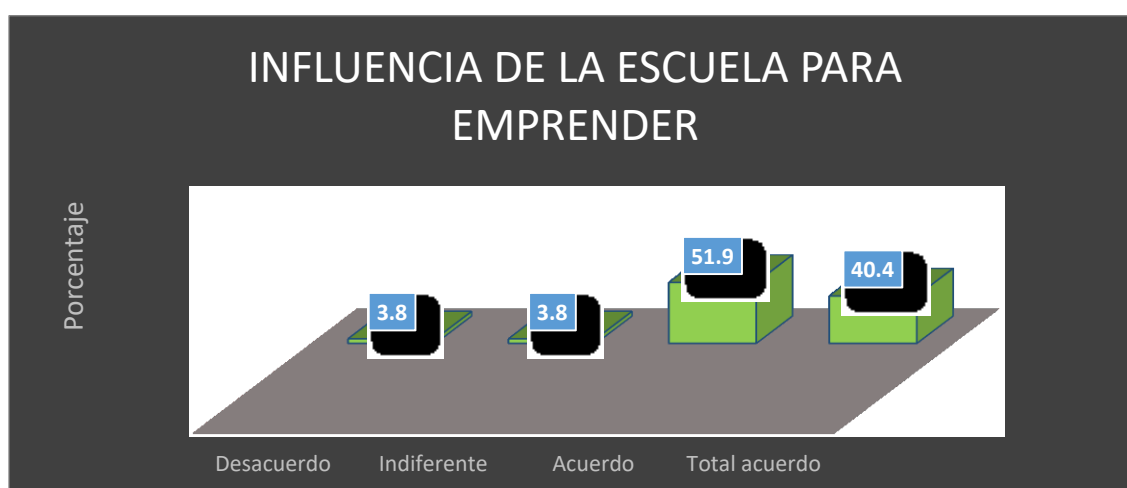
Tabla 01



El 13.5 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión motivación para emprender, 75 por ciento considera de acuerdo, tan solo el 11.5 por ciento indica total acuerdo sobre la motivación para emprender.

Dimensión influencia de la escuela para emprender

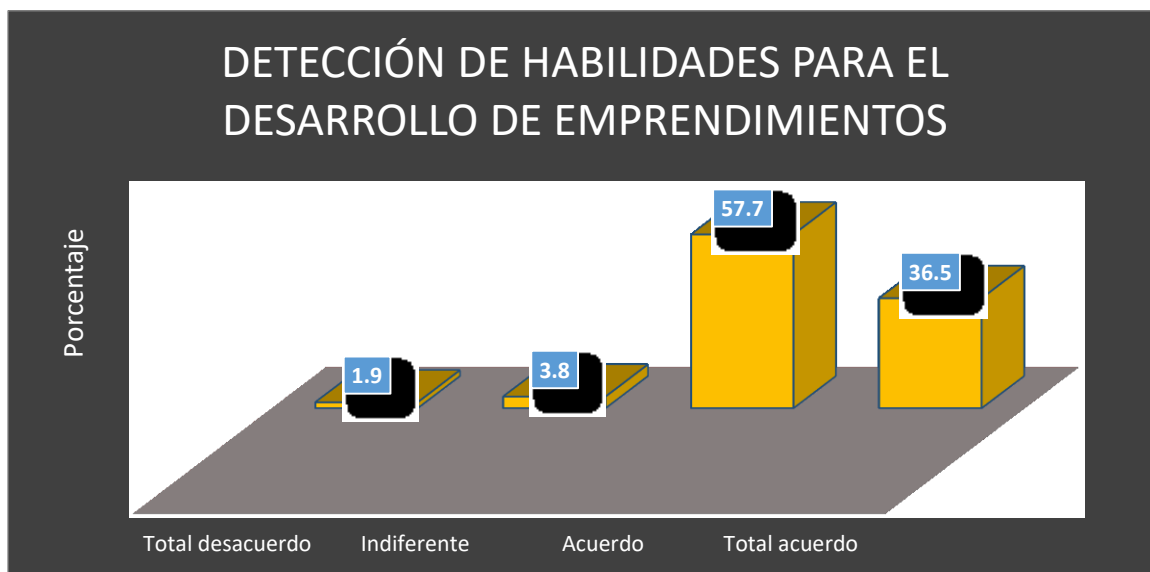
Tabla 02



El 7.7 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión influencia de la escuela para emprender, el 51.9 por ciento considera de acuerdo y el 40.4 por ciento indica total acuerdo sobre la influencia de la escuela para emprender.

Dimensión detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos.

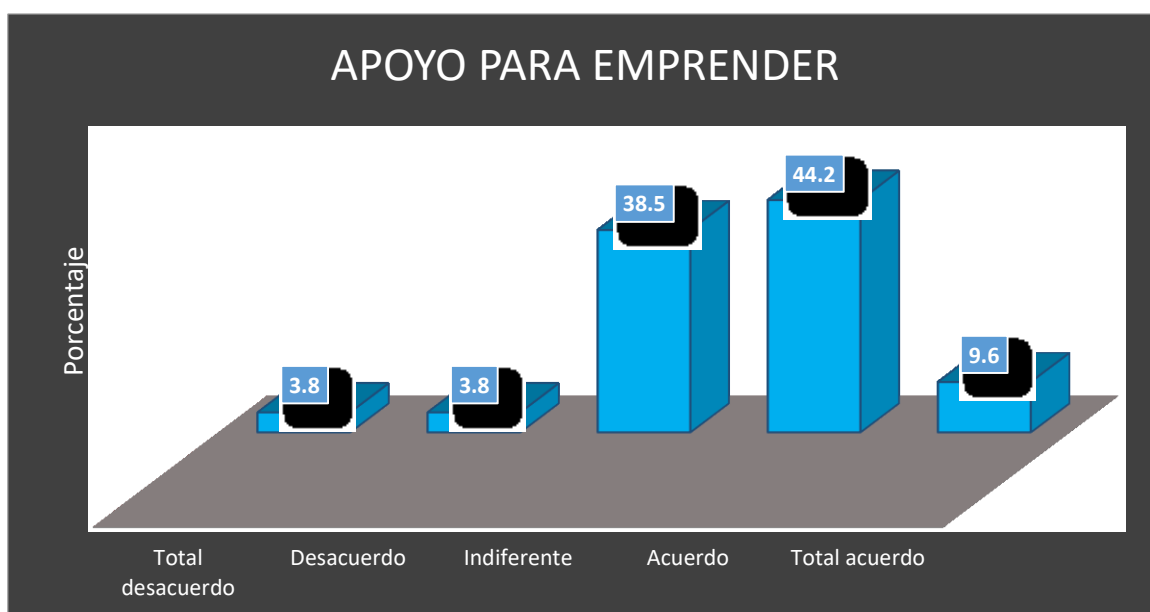
Tabla 03



El 5.8 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, el 57.7 por ciento considera de acuerdo y el 36.5 por ciento indica total acuerdo sobre la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos

Dimensión apoyo para emprender.

Tabla 04



El 7.7 por ciento de los encuestados ha percibido que no están de acuerdo o son indiferentes respecto de la dimensión apoyo para emprender el 38.5 por ciento considera de acuerdo, mientras que el 44.2 por ciento indica total acuerdo sobre el apoyo para emprender.

FICHA TÉCNICA

Autores	Sánchez Rodríguez, Salvador , & Hernández Herrera, Claudia Alejandra , & Jiménez García, Martha. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41649084009
Año	2016
Título de investigación	Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal
Adaptación	Alicia Vera Cueva
Objetivo	Medir la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios.
Destinatario	Estudiantes universitarios de 4 carreras profesionales de una universidad privada. Lima
Contenido	4 dimensiones con un total de 28 items
Duración	15 minutos
Escala	Likert
Rango	1= Totalmente Desacuerdo, 2= Desacuerdo, 3= Indiferente, 4= De acuerdo, 5= Totalmente De acuerdo.
Instrumento	Cuestionario, validado por juicio de expertos
Técnica	Encuesta

CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS DIMENSIONES DE LA PERCEPCIÓN DE UN EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Nota: Expreso mi consentimiento para hacer uso de la información que he marcado en este cuestionario. Siendo el cuestionario anónimo.

Equivalencias: 1= Totalmente Desacuerdo, 2= Desacuerdo, 3= Indiferente, 4= De acuerdo, 5= Totalmente De acuerdo.

Adaptado de la siguiente fuente: Sánchez Rodríguez, Salvador , & Hernández Herrera, Claudia Alejandra , & Jiménez García, Martha (2016). **Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal.** Acta Universitaria, 26(6),70-82 ISSN: 0188-6266. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41649084009>

Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
01	No me asustan los problemas y me gusta solucionarlos, son un reto a mi actividad profesional y asumo la responsabilidad.					
02	Soy una persona que sabe detectar las oportunidades laborales o de negocio que están en el entorno.					
03	Creo que si yo iniciara un negocio, mi familia me apoyaría de forma económica.					
04	En mi casa es frecuente escuchar comentarios que me motivan a buscar un trabajo fijo.					
05	En varias ocasiones mi familia me desanima en iniciar un negocio.					
06	Mis profesores me pueden ayudar al momento de					

	decidir crear productos o servicios.					
07	Considero que mi estancia en la escuela me ha ayudado a incrementar mi capacidad emprendedora.					
08	Creo que mis profesores desarrollan mis habilidades de liderazgo en sus clases.					
09	En mi carrera se imparte una asignatura para diseñar un plan de negocios.					
10	Con el desarrollo de mi carrera puedo identificar oportunidades de negocio.					
11	Considero que las materias de la escuela influyen en cómo emprender					
12	Las asignaturas hasta ahora cursadas me ayudarán a fortalecer mis habilidades empresariales					
13	Considero que las asignaturas hasta ahora cursadas desarrollan el espíritu emprendedor					
14	Los profesores que me han impartido clase me pueden orientar en conocer posibles nichos de mercado para iniciar negocios.					
15	El ambiente universitario desarrolla habilidades necesarias para generar productos y servicios nuevos.					
16	Creo que la escuela ha contribuido en inspirarme y pensar en comenzar un negocio.					
17	Creo que la escuela fomenta la cultura emprendedora a través de ferias y concursos					

18	Creo que mis profesores me han ayudado a construir un proyecto de vida basado en el emprendimiento.					
19	Considero que la escuela cuenta con el equipo necesario para desarrollar nuevos proyectos con oportunidades en el mercado					
20	Considero que mis profesores en sus clases motivan para diseñar o mejorar productos y servicios					
21	Considero que las asignaturas de la escuela nos enseñan habilidades de venta.					
22	Los profesores acostumbran trabajar con casos de estudio que fomentan la práctica					
23	Conozco las instituciones del gobierno local que ofrecen apoyos económicos para el emprendedor.					
24	Conozco los programas de apoyo del gobierno para emprendedores					
25	Conozco en dónde se publican las convocatorias que emite el gobierno en las que puede participar un emprendedor					
26	En los dos últimos años mi familia tuvo la iniciativa de comenzar un nuevo negocio					
27	He estado ahorrando porque es mi objetivo poner mi propio negocio					
28	En la escuela se promueven becas para formación de emprendedores					

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: PERCEPCIÓN DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS, LIMA NORTE, 2022							
Apellidos y nombres del investigador: Vera Cueva Rosario Alicia							
Apellidos y nombres del experto: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón							
NOTA DE REVALIDACIÓN DE INSTRUMENTO: La adaptación del instrumento de medición de las variables ha sido verificada y firmada por el asesor en señal de conformidad.						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
<p>Emprendimiento (Flores, Lucatero, Campos, Naranjo & López, 2013) el emprendedor se considera clave para el crecimiento de actividades en la economía nacional.</p> <p>Krauss (2011) y Olmos (2011) los emprendedores tienen ciertas características que dependen del entorno en donde se desenvuelven, la personalidad que desarrolla, la universidad o centro de</p>	Motivación para emprender	Asumir riesgos	No me asustan los problemas y me gusta solucionarlos, son un reto a mi actividad profesional y asumo la responsabilidad.	Ordinal: 1=Total desacuerdo 2=Desacuerdo 3= Indiferente 4=Acuerdo 5=Total acuerdo			
			Soy una persona que sabe detectar las oportunidades laborales o de negocio que están en el entorno.				
		Entorno familiar	Creo que si yo iniciara un negocio, mi familia me apoyaría de forma económica.				
			En mi casa es frecuente escuchar comentarios que me motivan a buscar un trabajo fijo.				
			En varias ocasiones mi familia me desanima en iniciar un negocio				
		Entorno académico	Mis profesores me pueden ayudar al momento de decidir crear productos o servicios				
			Considero que mi estancia en la escuela me ha ayudado a incrementar mi capacidad emprendedora				
			Creo que mis profesores desarrollan mis habilidades de liderazgo en sus clases				
	En mi carrera se imparte una asignatura para diseñar un plan de negocios						
	Con el desarrollo de mi carrera puedo identificar oportunidades de negocio						
	Influencia de la escuela	Basada en las materias	Considero que las materias de la escuela influyen en cómo emprender				
			Las asignaturas hasta ahora cursadas me ayudarán a fortalecer mis habilidades empresariales				

formación, la que estudian y por supuesto la familia.	para emprender		Considero que las asignaturas hasta ahora cursadas desarrollan el espíritu emprendedor			
		Basada en los docentes	Los profesores que me han impartido clase me pueden orientar en conocer posibles nichos de mercado para iniciar negocios			
			El ambiente escolar está desarrollando las habilidades necesarias para generar productos y servicios nuevos			
		Basada en las escuelas	Creo que la escuela ha contribuido en inspirarme y pensar en comenzar un negocio			
			Creo que la escuela fomenta la cultura emprendedora a través de ferias y concursos			
	Detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos	Centro de formación	Creo que mis profesores me han ayudado a construir un proyecto de vida basado en el emprendimiento.			
			Considero que la escuela cuenta con el equipo necesario para desarrollar nuevos proyectos con oportunidades en el mercado.			
			Considero que mis profesores en sus clases motivan para diseñar o mejorar productos y servicios			
			Considero que las asignaturas de la escuela nos enseñan habilidades de venta.			
			Los profesores acostumbran trabajar con casos de estudio que fomentan la práctica.			
	Apoyo para emprender	Entidades locales	Conozco las instituciones del gobierno local que ofrecen apoyos económicos para el emprendedor.			
			Conozco los programas de apoyo del gobierno para emprendedores			
			Conozco en dónde se publican las convocatorias que emite el gobierno en las que puede participar un emprendedor			
		Familiares	En los dos últimos años mi familia tuvo la iniciativa de comenzar un nuevo negocio			

			He estado ahorrando porque es mi objetivo poner mi propio negocio				
		Centro de formación	En la escuela se promueven becas para formación de emprendedores				
Firma del experto: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón. Doy fe de la fuente científica del instrumento de medición de las variables.				Fecha : ___/ ___/ ___			

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios con la motivación para emprender, con la influencia de la escuela para emprender, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y apoyo que reciben para emprender, Lima Norte, 2022	Determinar la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con la motivación para emprender, con la influencia de la escuela para emprender, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y apoyo que reciben para emprender, Lima Norte, 2022	Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la motivación para emprender, con la influencia de la escuela para emprender, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos y apoyo que reciben para emprender, Lima Norte 2022
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	ESPECÍFICOS
¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad e mprededora en estudiantes universitarios, con los factores de motivación para emprender, Lima Norte, 2022?	Identificar la percepción que tienen los estudiantes universitarios con los factores de motivación para emprender, Lima Norte, 2022	Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la motivación para emprender, Lima Norte 2022
¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte, 2022?	Identificar la percepción que tienen los estudiantes universitarios con la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte, 2022	Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la influencia de la escuela para emprender, Lima Norte 2022
¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, Lima Norte, 2022?	Identificar la percepción que tienen los estudiantes universitarios con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, Lima Norte, 2022	Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios con la detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos, Lima Norte 2022
¿Cómo se relaciona la percepción de la mentalidad emprendedora en estudiantes universitarios, con los apoyos que reciben para emprender, Lima Norte, 2022?	Identificar la percepción que tienen los estudiantes universitarios en relación a los apoyos que reciben para emprender, Lima Norte, 2022	Existe relación entre la percepción de la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios y el apoyo que reciben para emprender , Lima Norte 2022

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN						
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO	TÉCNICA
<p>Emprendimiento (Flores, Lucatero, Campos, Naranjo & López, 2013) el emprendedor se considera como pieza clave para el crecimiento de actividades en la economía nacional.</p> <p>Krauss (2011) y Olmos (2011) los emprendedores tienen ciertas características que dependen del entorno en donde se desenvuelven, la personalidad que desarrolla, la universidad o centro de formación, la profesión que estudian y por supuesto la familia.</p>	Motivación para emprender	Asumir riesgos Entorno familiar Entorno académico	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	<p>Ordinal:</p> <p>1=Total desacuerdo 2=Desacuerdo 3= Indiferente 4=Acuerdo 5=Total acuerdo</p>	CUESTIONARIO	ENCUESTA
	Influencia de la escuela para emprender	Basada en las materias Basada en los docentes Basada en las escuelas	11,12,13,14,15,16,17			
	Detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos	Centro de formación	18,19,20,21,22			
	Apoyo para emprender	Entidades locales Familiares Centro de formación	23,24,25,26,27,28			

Resultados de encuesta de la dimensión motivación para emprender

Variable	PERCEPCIÓN DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA									
Dimensiones	Motivación para emprender									
	No me asustan los problemas y me gusta solucionarlos, son un reto a mi actividad profesional y asumo la responsabilidad.	Soy una persona que sabe detectar las oportunidades laborales o de negocio que están en el entorno.	Creo que si yo iniciara un negocio, mi familia me apoyaría de forma económica.	En mi casa es frecuente escuchar comentarios que me motivan a buscar un trabajo fijo.	En varias ocasiones mi familia me desanima en iniciar un negocio.	Mis profesores me pueden ayudar al momento de decidir crear productos o servicios.	Considero que mi estancia en la escuela me ha ayudado a incrementar mi capacidad emprendedora.	Creo que mis profesores desarrollan mis habilidades de liderazgo en sus clases.	En mi carrera se imparte una asignatura para diseñar un plan de negocios.	Con el desarrollo de mi carrera puedo identificar oportunidades de negocio.
1	2	3	1	3	4	4	5	5	4	3
2	1	4	5	3	1	4	4	4	5	5
3	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5
4	5	5	3	4	2	4	5	4	5	5
5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
6	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4
7	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4
8	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3
9	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4
10	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5
11	4	4	5	4	1	5	5	5	5	5
12	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
13	5	5	3	4	3	4	4	3	4	5
14	4	4	5	4	2	5	5	4	4	5
15	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5
16	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5
17	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
18	4	3	2	1	3	4	4	4	4	5
19	4	1	4	4	2	5	5	5	5	5
20	5	5	4	3	2	4	5	4	4	4
21	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5
22	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	1	4	5	5	5	5
26	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4
27	4	4	5	5	1	4	5	5	5	5
28	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
29	5	5	4	5	1	4	5	5	5	5
30	5	4	3	5	2	5	5	5	5	5
31	5	4	2	3	3	4	1	1	4	5
32	4	4	5	5	2	4	5	4	4	5
33	4	4	5	3	2	4	5	5	5	5
34	4	4	2	4	2	3	4	4	5	5
35	5	4	5	3	2	4	4	3	4	5
36	4	1	1	4	3	1	1	1	1	5
37	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5
38	4	4	4	3	1	4	5	4	4	5
39	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	1	3	2	3	2	3	4	4	4	4
42	5	4	5	5	1	4	4	5	5	5
43	5	4	5	4	1	3	4	5	5	5
44	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
45	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5
46	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
47	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4
48	5	4	5	3	3	2	4	4	4	5
49	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5
50	4	4	2	3	2	4	5	4	4	4
51	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3
52	5	3	5	2	2	2	2	2	4	2

Resultados de encuesta de la dimensión influencia de la escuela para emprender

Variable	PERCEPCIÓN DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA								
Dimensiones	Influencia de la escuela para emprender								
	Considero que las materias de la escuela influyen en cómo emprender.	Las asignaturas hasta ahora cursadas me ayudarán a fortalecer mis habilidades empresariales.	Considero que las asignaturas hasta ahora cursadas desarrollan el espíritu emprendedor.	Los profesores que me han impartido clase me pueden orientar en conocer posibles nichos de mercado para iniciar negocios.	El ambiente universitario desarrolla habilidades necesarias para generar productos y servicios nuevos.	Creo que la escuela ha contribuido en inspirarme y pensar en comenzar un negocio.	Creo que la escuela fomenta la cultura emprendedora a través de ferias y concursos.		
1	4	4	4	4	2	2	4		
2	5	5	5	4	4	5	4		
3	5	5	5	5	5	5	5		
4	5	5	5	5	5	4	4		
5	4	4	4	4	4	4	4		
6	4	4	4	4	4	4	5		
7	2	2	2	3	2	1	1		
8	4	4	4	4	4	4	3		
9	3	4	4	4	5	4	4		
10	5	5	5	5	5	5	5		
11	5	5	5	5	5	5	5		
12	4	4	4	4	4	4	4		
13	3	5	5	5	5	4	4		
14	4	4	4	4	5	4	3		
15	5	4	5	5	5	4	5		
16	5	5	5	5	5	5	4		
17	4	4	4	4	4	4	4		
18	4	4	4	4	4	4	4		
19	5	4	4	4	5	4	4		
20	4	4	4	4	4	4	4		
21	5	4	5	5	5	5	5		
22	5	5	5	5	5	5	5		
23	5	5	5	5	5	5	5		
24	5	5	5	5	5	5	5		
25	5	4	5	5	4	5	5		
26	4	4	4	4	4	4	4		
27	5	5	5	5	5	5	4		
28	4	4	4	4	4	4	4		
29	5	5	5	5	5	5	5		
30	4	4	4	4	4	4	4		
31	4	5	5	5	4	4	4		
32	5	5	5	4	4	4	4		
33	4	5	5	4	4	5	5		
34	4	4	5	4	4	3	4		
35	4	3	4	4	4	5	4		
36	5	1	1	1	1	1	1		
37	4	4	5	5	5	4	5		
38	5	5	5	4	4	4	5		
39	3	3	3	3	3	3	4		
40	5	5	5	5	5	5	5		
41	4	4	4	4	4	4	4		
42	5	5	5	5	5	4	5		
43	5	5	5	5	5	5	5		
44	5	5	5	5	5	5	5		
45	4	4	4	5	4	2	4		
46	5	4	3	4	4	4	4		
47	4	4	4	4	4	4	5		
48	4	4	4	4	4	5	4		
49	5	4	5	4	4	4	4		
50	4	4	4	4	4	4	4		
51	3	4	4	4	4	4	4		
52	4	2	4	4	4	5	4		

Resultados de encuesta de la dimensión detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos.

Variable	PERCEPCIÓN DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA				
Dimensiones	Detección de habilidades para el desarrollo de emprendimientos				
	Creo que mis profesores me han ayudado a construir un proyecto de vida basado en el emprendimiento.	Considero que la escuela cuenta con el equipo necesario para desarrollar nuevos proyectos con oportunidades en el mercado.	Considero que mis profesores en sus clases motivan para diseñar o mejorar productos y servicios.	Considero que las asignaturas de la escuela nos enseñan habilidades de venta.	Los profesores acostumbran trabajar con casos de estudio que fomentan la práctica.
1	2	1	4	2	4
2	5	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	2	4	4	4	4
8	4	3	4	4	4
9	4	4	4	4	5
10	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4
13	5	5	5	4	4
14	4	4	4	4	4
15	4	4	5	4	4
16	4	4	5	5	5
17	4	4	4	5	4
18	4	4	4	4	4
19	4	4	5	4	4
20	4	4	4	4	4
21	4	5	4	5	5
22	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	5	5
25	4	4	4	4	4
26	2	4	4	4	4
27	5	4	5	5	5
28	4	4	5	5	4
29	5	5	5	5	4
30	5	5	5	5	5
31	5	4	5	5	5
32	4	4	5	4	4
33	5	5	5	4	4
34	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	3
36	1	1	1	1	1
37	5	5	5	4	5
38	5	4	5	4	5
39	3	3	3	4	4
40	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5
43	4	4	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	3	4	4	4	4
46	4	4	4	4	3
47	4	5	4	3	4
48	4	4	4	5	4
49	4	4	5	4	4
50	4	4	4	4	4
51	4	3	4	4	4
52	5	3	5	4	3

Resultados de encuesta de la dimensión apoyo para emprender.

Variable	PERCEPCIÓN DE LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA					
Dimensiones	Apoyo para emprender					
	Conozco las instituciones del gobierno local que ofrecen apoyos económicos para el emprendedor.	Conozco los programas de apoyo del gobierno para emprendedores.	Conozco en dónde se publican las convocatorias que emite el gobierno en las que puede participar un emprendedor.	En los dos últimos años mi familia tuvo la iniciativa de comenzar un nuevo negocio.	He estado ahorrando porque es mi objetivo poner mi propio negocio.	En la escuela se promueven becas para formación de emprendedores.
1	2	4	3	3	3	4
2	4	4	4	3	5	4
3	5	4	5	4	5	5
4	2	2	2	4	5	3
5	4	4	4	4	4	3
6	4	3	3	2	4	4
7	1	1	1	1	5	3
8	3	4	4	2	3	3
9	3	3	3	4	5	5
10	4	4	5	4	4	4
11	3	3	3	1	2	5
12	3	4	3	4	4	3
13	2	3	2	2	5	3
14	3	3	3	5	5	3
15	1	1	1	4	5	3
16	2	2	2	3	4	3
17	4	4	4	4	4	4
18	4	4	2	2	2	4
19	4	4	4	4	4	5
20	4	3	3	4	4	4
21	4	3	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5
24	4	3	3	3	5	5
25	2	3	3	5	5	4
26	3	3	3	4	4	3
27	4	4	4	4	4	3
28	4	4	4	3	4	4
29	4	4	3	5	5	4
30	3	3	2	4	3	3
31	3	3	3	2	5	5
32	2	4	2	2	4	4
33	3	4	4	5	3	5
34	4	4	4	2	3	4
35	3	3	3	2	3	2
36	1	1	1	1	1	1
37	4	4	4	3	5	5
38	3	3	3	3	4	4
39	2	2	2	5	4	1
40	5	5	5	5	5	5
41	2	2	2	5	5	2
42	2	5	5	2	4	5
43	2	2	2	1	3	5
44	5	5	5	5	5	5
45	2	2	2	4	3	3
46	2	2	4	4	5	4
47	1	1	1	1	1	2
48	4	4	4	2	4	4
49	3	4	4	2	4	4
50	2	2	2	4	2	3
51	2	2	2	2	3	3
52	3	2	3	4	2	3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Percepción de la mentalidad emprendedora de estudiantes universitarios, Lima Norte, 2022", cuyo autor es VERA CUEVA ROSARIO ALICIA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

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

LIMA, 06 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO DNI: 16436847 ORCID 0000-0001-7894-7526	Firmado digitalmente por: JCALDERONCE el 08-08- 2022 19:59:17

Código documento Trilce: TRI - 0396123