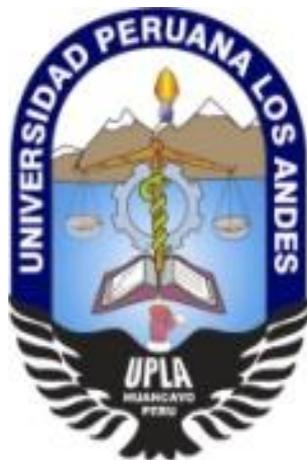


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Actitud Emprendedora Empresarial y Capacidad de
Creación de Microempresas en Estudiantes del Instituto de
Educación Superior Tecnológico Público San Martín de
Pangoa Provincia de Satipo 2016.**

Para Optar : Título Profesional De Licenciado En
Administración

Autor : Bach. Camarena Villar, Lucemia Silvia

Asesor : Mtro. Martínez Vitor, Paul

Línea de Investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los
Recursos

Fecha de Inicio y Culminación :12/08/2017 – 11/08/2018

Huancayo, Perú

2019

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de ciencias administrativas y Contables

TESIS

**ACTITUD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL Y
CAPACIDAD DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS EN
ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN
SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO SAN MARTÍN DE
PANGOA PROVINCIA DE SATIPO 2016.**

PRESENTADO POR:

BACH. LUCEMIA SILVIA CAMARENA VILLAR,

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS

PRESIDENTE :

Mg.

PRIMER

MIEMBRO : :

Mg.

SEGUNDO

MIEMBRO : :

Mg.

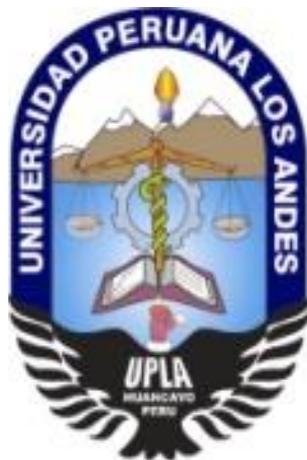
TERCER

MIEMBRO : :

Mg.

Huancayodedel 2019

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**ACTITUD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL Y
CAPACIDAD DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS EN
ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN
SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO SAN MARTÍN
DE PANGO PROVINCIA DE SATIPO 2016.**

Para Optar : Título Profesional De Licenciado En
Administración

Autor : Bach. Camarena Villar, Lucemia Silvia

Asesor : Mtro. Martínez Vitor, Paul

Línea de Investigación

Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los
Recursos

Fecha de Inicio y Culminación :12/08/2017 – 11/08/2018

Huancayo, Perú

2019

Mtro. MARTÍNEZ VITOR, Paul

Dedicatoria

A mi mama, mi hijo amado, mis
hermanos, mi familia y a mis
amiga(o)s.

La autora.

AGRADECIMIENTO

Al Dr. José Manuel Custodio, Rector de la Universidad Peruana Los Andes por el Liderazgo y la mejora continua en la Gestión a favor de la comunidad universitaria.

Al Dr. Wilber Gonzalo Vázquez, Vicerrector de investigación, por construir un pensamiento emergente en la comunidad de investigadores de la universidad.

Al Dr. Rubén Darío Tapia Silguera, Vicerrector Académico, por implementar la asignatura de investigación y taller de investigación en la malla curricular que servirá para fortalecer y mejorar continuamente en este campo.

A Mi madre Doña Cira Villar Avenio, a mi hermana: Ruth Camarena Villar, Grecia Arancibia Villar a mi hijo amado: Steveen Pérez Camarena, a mis amiga(o)s Yuli Hurtado, Ermilio Cueva, Yusof López, Ridley Chávez y a Dios padre por darme aliento, fuerzas y motivo para llevar a cabo esta tesis de investigación.

La autora.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación titulado “Actitud emprendedora empresarial y Capacidad de Creación de Microempresas en Estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016”, se ha realizado con el objetivo de determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas dicha investigación se ha realizado de la siguiente manera.

En el capítulo I. se ha considerado el problema de investigación seguido de la formulación del problema general y específico, luego los objetivos de investigación, tanto a nivel general y específico, también se encuentra dentro de ello la justificación teórica que se refiere a los fundamentos teóricos epistemológicos de cada una de las variables, dichas variables estudiadas corresponden a la actitud emprendedora empresarial con sus dimensiones necesidad de logro, necesidad de poder y autoridad, y necesidad de asociación o afiliación; la siguiente variable estudiada fue la variable capacidad de creación de microempresas con sus dimensiones aptitudes personales, el proyecto de creación; también se consideró las delimitaciones de la investigación tanto espacial, temporal, conceptual y temática.

En el capítulo II. Esta referido a los antecedentes de la investigación, en ello se consideró los antecedentes internacionales, antecedentes nacionales y antecedentes regionales y locales; las bases teóricas, definiciones de conceptos y luego en el siguiente capítulo se consideró las hipótesis y variables respectivamente; es menester también dar a conocer sobre las operacionalizaciones de las variables.

En el capítulo IV. Trata sobre la metodología, en ella se encuentra, los métodos de investigación, tipo y nivel de investigación, población y muestra y finalmente las

técnicas e instrumentos de investigación; con respecto a las técnicas se ha utilizado la técnica de la encuesta con el instrumento de la escala de tipo Likert para cada una de las variables y estos fueron transformados en el proceso estadístico.

En el capítulo V. Análisis y discusión de los resultados, en ella se encuentra los procedimientos efectuados desde el momento de la transformación de los valores a valores explicables para ello se ha utilizado el SPSS, minitab y finalmente se discutió los datos teniendo en cuenta los antecedentes de la investigación y las teorías pertinentes a las variable corroborando con los resultados observados en los capítulos posteriores; por tanto, la conclusión se ordenó de acuerdo a los objetivos propuestos en la investigación.

El estilo de redacción que se ha empleado en la investigación fue el APA sexta edición así mismos los programas utilizados son el Excel, minitab 17 y el SPSS versión 21. La redacción se ha establecido en base a los lineamientos de la universidad y estructura correspondiente. Con estas aseveraciones paso a brindar el trabajo que se ha realizado pudiendo recabar y levantar dichas observaciones que serán pertinentes y dar una científicidad.

La autora

CONTENIDO

	Pp
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Presentación	viii
Resumen	xvii
Abstract	xviii

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática	01
1.2. Delimitación del problema	04
1.3. Formulación del problema	04
1.3.1. Problema General	04
1.3.2. Problemas Específicos	04
1.4. Justificación	05
1.4.1. Social	05
1.4.2. Teórica	05
1.5. Objetivos	06
1.5.1. Objetivo General	06
1.5.2. Objetivo Específico	06

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	06
2.2. Bases teóricas o científicas	23
2.3. Marco conceptual	23

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general	58
3.2. Hipótesis específicas	58
3.3. Variables	59

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación	62
4.2. Tipo de investigación	62
4.3. Nivel de investigación	63
4.4. Diseño de investigación	64
4.5. Población y muestra	65
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	65
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	65
4.8. Aspectos éticos de la investigación	65

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción de resultados	75
5.2. Contrastación de hipótesis	83
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	100
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES	103
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
ANEXOS	
Matriz de consistencia	
Operacionalización de las variables	
Instrumentos de recolección de datos	
Consideraciones éticas	
FOTOS	

ÍNDICE DE CUADROS

	Pp
Cuadro N° 01 Validación por expertos para el análisis de variable actitud emprendedora empresarial.	67
Cuadro N° 02 Baremo para el análisis de variables actitud emprendedora empresarial	68
Cuadro N° 03 Resumen de procesamiento de casos de variable actitud emprendedora empresarial.	68
Cuadro N° 04 Estadística de confiabilidad de la variable actitud emprendedora empresarial	68
Cuadro N° 05 Baremo para el análisis de variables pensamiento creativo	69
Cuadro N° 06 Baremo para el análisis de la dimensión necesidad de logro	69
Cuadro N° 07 Baremo para el análisis de la dimensión necesidad de poder y autoridad	69
Cuadro N° 08 Baremo para el análisis de la dimensión de necesidad de asociación o filiación	70
Cuadro N° 09 Validación por expertos para el análisis de variable capacidad de creación de microempresas	70
Cuadro N° 10 Baremo para el análisis de variables	71

Cuadro N° 11 Resumen de procesamiento de caso	71
Cuadro N° 12 Estadística de confiabilidad de la variable pensamiento creativo	72
Cuadro N° 13 Baremo para el análisis de variable capacidad de creación	72

ÍNDICE TABLAS

	Pp
Tabla N° 01 Actitud emprendedora empresarial en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	75
Tabla N° 02 Necesidad de logro en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	74
Tabla N° 03 Necesidad de poder y autoridad en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	77
Tabla N° 04 Necesidad de asociación o afiliación en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	78
Tabla N° 05 Capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	76
Tabla N° 06 Aptitudes personales en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	
Tabla N° 07 El proyecto de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	82

Tabla N° 08 Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	84
Tabla N° 09 Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre la necesidad de logro y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	87
Tabla N° 10 Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre la necesidad de poder y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	91
Tabla N° 11 Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre la necesidad de asociación o afiliación y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura N° 01 Actitud emprendedora empresarial en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.	75
Figura N° 02 Necesidad de logro en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	76
Figura N° 03 Necesidad de poder y autoridad en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	77
Figura N° 04 Necesidad de asociación o filiación en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	78
Figura N° 05 Capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	79
Figura N° 06 Aptitudes personales en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	82
Figura N° 07 El proyecto de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016	82

Resumen

El trabajo de investigación titulado “Actitud emprendedora empresarial y Capacidad de Creación de Microempresas en Estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016” fue desarrollado con el objetivo de determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016” dicha investigación es de tipo y nivel descriptivo con diseño correlacional con una población 200 y muestra 140 estudiantes, se utilizó un cuestionario de escala de tipo Likert construido para cada variable con nivel ordinal; luego, en el tratamiento de datos se utilizó el estadístico Tau-b de Kendall llegando al siguiente resultado:

Se determinó que existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la actitud emprendedora empresarial es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.754$. Esto significa que la mayoría de los estudiantes presenta una actitud positiva de emprendedurismo para la creación de microempresas como una concreción de los conocimientos y formación obtenida en la mencionada institución educativa.

Palabras claves. Actitud emprendedora empresarial, necesidad de logro, necesidad de poder y autoridad, necesidad de asociación o filiación. Institución Educativa.

Abstract

The research work entitled "Entrepreneurial attitude and capacity of creation of microenterprises in students of the institute of superior technological higher education San Martín de Pangoa province of Satipo, 2016" was developed with the objective of determining the relationship that exists between the entrepreneurial attitude and the ability to create microenterprises in students of the Provincia de Satipo Institute 2016, this research is of descriptive type and level with correlational design with a population of 200 and shows 140 students, a Likert scale questionnaire constructed for each variable was used with ordinal level, in the investigation the following conclusion was reached.

It was determined that there is a correlation between the entrepreneurial attitude and the capacity to create microenterprises in the Higher Education Institute of the San Martín de Pangoa Public Technological Institute, 2016. The greater the entrepreneurial attitude, the greater the capacity of creation of microenterprises. With $Tau_b = 0.754$. This means that the majority of students present a positive attitude of entrepreneurship for the creation of micro-enterprises as a concretion of the knowledge and training obtained in the aforementioned educational institution.

Keywords. Entrepreneurial attitude, need for achievement, need for power and authority, need for association or affiliation. Educational institution.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Desde la revolución industrial, las actitudes de la población y los valores de la sociedad han sido modelados, básicamente, por la capacidad de las sociedades para producir empleos orientados por los emprendedores; Los valores y actitudes del emprendedor, tanto en cuanto sean positivos, también constituyen una fortaleza fundamental del emprendedor. Sin una actitud positiva, proactiva y perseverante, suelen desperdiciarse muchos talentos innatos de las personas. Es ahí cuando se escucha el dicho “Dios da pan a quien no tiene dientes”. Cuando falta valoración de los talentos personales, y actitud para desarrollarlos y aprovecharlos.

Actualmente, las pequeñas empresas no tienen que convertirse en grandes compañías para tener éxito. Michael Dell y Bill Gates (Microsoft) son claros ejemplos de aquellos que han logrado el éxito. El movimiento empresarial se acelera con la aparición de muchas pequeñas empresas nuevas. La tecnología que antes solo las grandes empresas podían pagar ahora está disponible para las pequeñas empresas. Dispositivos como impresoras, máquinas de fax, redes, fotocopiadoras, teléfonos celulares, boletines informatizados, servicios de mensajería instantánea, permiten que las pequeñas empresas sean más competitivas

con las grandes empresas, las pequeñas empresas y también pueden trabajar en red para fabricar y vender productos en los mercados nacionales y mundiales.

En el mismo sentido, en el Perú, las microempresas constituyen un sector importante de la economía del país, generan empleos y contribuyen al desarrollo nacional. Las microempresas se han desarrollado en el sector laboral y, debido a su dinamismo, es un factor de éxito para los formadores o personas y para quienes conforman el entorno de trabajo.

Las instituciones educativas tecnológicas tienen la misión de presentar a los estudiantes para obtener una acreditación académica y laboral que los convierta en pequeños empresarios, en el mejor de los casos, o que obtengan un trabajo en el área correspondiente a su formación. En ambos casos, los estudiantes que se gradúan de instituciones educativas pueden generar ingresos y, sobre todo, desarrollarse en el lugar de trabajo, en los negocios, entre otros.

En el Instituto Público Tecnológico de San Martín de Pangoa, los estudiantes se preparan para convertirse en microempresarios o trabajar en centros de trabajo de esta rama.

Si bien el currículo de la mencionada institución educativa depende de la formación de futuras técnicas en una especialidad, es preciso saber cuál o cuáles son las actitudes de los estudiantes respecto a los emprendimientos y en qué actitud o actitudes se relacionan con la capacidad de creación de microempresas, teniendo el grado de perseverancia, el poder de persuasión y el nivel de autoconfianza de las estudiantes.

Las empresas cada vez tienen y deben ser más flexibles y dinámicas, tanto en su producción, como en la forma de llegar a la clientela y eso solo se pueden conseguir

con la creación de pequeñas empresas o profesionales independientes, especialistas en los demás usos personales.

La actitud emprendedora empresarial es no aceptar el status quo, lo que hay detrás es una actitud de querer cambiar las cosas, que puede tomar el control de tu vida, de tu carrera profesional o aprender nuevas cosas o tener nuevos desafíos. Puedes ser emprendedor dentro de una empresa grande, montando un negocio o gestionando tu casa. Una característica de los emprendedores es no aceptar que las cosas son así porque sí, sino que intentar cambiarlo”.

Una actitud positiva marca diferencia entre un emprendedor y otro. Si mantiene un nivel alto de actitud, de optimismo, de estímulo, de llevar a cabo una gestión eficaz de las cualidades de los actos que buscan el objetivo, se mantendrá un camino ascendente.

Entre las actitudes más valoradas en un emprendedor están: Cambiar para mejorar: Para experimentar el cambio es necesario cambiar. Los cambios deben ser buscados y realizados. Entusiasmo en todos nuestros emprendimientos: Vivir con esta cualidad nos da la fuerza necesaria; esta fuerza tiene que avivarla a diario. Serenidad, autocontrol y visión positiva son las mejores armas para enfrentar con éxito los problemas. Establecer metas: Sin la acción es nuestra meta. Llevar a cabo nuestras ideas puede convertirse en algo grandioso, solo lo sabremos si actuamos. Ser personas integrales: Si ampliamos nuestros conocimientos sobre distintas áreas, estamos más preparados y aportaremos más. Nunca podemos decir que “sabemos lo suficiente”. Terminar las tareas: La perseverancia y el compromiso no pueden faltar en un emprendedor.

Con estas consideraciones paso a formular el problema de investigación

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación espacial

Representa el lugar donde se va a realizar la investigación, el cual se desarrollará en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo.

1.2.2. Delimitación temporal

La instrumentalización y el procesamiento de datos se desarrolló en el mes de marzo sobre la actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas.

1.2.3. Delimitación conceptual o temática

Se analizó los conceptos de las variables tanto actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológica Pública San Martín de Pangoa, provincia de Satipo 2016?

1.3.2. Problemas específicos

a) ¿Qué relación existe entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del instituto de educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016?

- b) ¿Cuál es la relación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del instituto de educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016?
- c) ¿Qué relación existe entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del instituto de educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016?

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación social

En el Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa, se viene formando profesionales técnicos en las diferentes ramas y si los estudiantes tuvieran una actitud emprendedora empresarial y se haría realidad de crear una microempresa la población de San Martín de Pangoa tendría un impacto micro empresarial en comparación con otras ciudades.

La investigación se encuentra en mis posibilidades de realizar y los apoyos brindados por la institución favorecen, como consecuencia de ello estoy en la capacidad de realizar la presente investigación referido a la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del instituto Provincia de Satipo 2016.

1.4.2. Justificación teórica

Es importante para que los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo logren tener conocimiento sobre la actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación y sus respectivas dimensiones afín de fundamentar y formular un proyecto de creación.

Tener una actitud de emprendedor es un punto de partida para el empresario, con esta investigación quienes mejoren en su actitud empresarial podrán y estarán en la capacidad de crear una microempresa y así contribuir con el empleo de muchos desocupados.

1.4.3. Justificación metodológica

La investigación se basará en la corriente neopositivista, por qué parte desde las ideas o conocimientos previos, problema, objetivo, hipótesis, análisis de resultados y de esta manera se orienta en el método científico, finalmente se redactará apoyados en la estructura de la Universidad Peruana Los andes.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016

1.5.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016
- b) Establecer la relación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016.
- c) Determinar la relación que existe entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Para Agui (2014) en su tesis titulado “*Diagnostico del Grado de Emprendimiento en el Desarrollo de Plan de Negocios de los Estudiantes de Administración de Negocios de la UCSP, Arequipa 2014*” Universidad Católica San Pablo para optar Grado Académico Maestría con el objetivo diagnosticar el grado de emprendimiento de los alumnos del programa de Administración de Negocios de la UCSP que cursan el octavo, noveno y décimo semestre con el tipo de investigación descriptivo con la población y muestra 102 alumnos con la técnica e instrumento de encuesta cuestionario, el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “los alumnos del programa de Administración de Negocios de la UCSP presentan un alto grado de potencial emprendedor, este resultado se ve reflejado en el número de planes de negocio presentados” (p.9).

Según Catherine (2011) en su tesis titulado “*Actitudes Emprendedores Universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay*” Universidad Católica del Uruguay para optar Grado Académico Maestría con el objetivo

determinar la innovación está impregnada de incertidumbre y lleva al riesgo como factor impulsor o limitador en el análisis y decisión que realiza el agente innovador con el tipo de investigación correlacional con la población y muestra 108 alumnos con la técnica e instrumento de encuesta cuestionario, el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “los resultados obtenidos muestran que se debe realizar mayor énfasis en emprendimiento para los estudiantes de la licenciatura en Dirección de Empresas compuesta por asignaturas obligatorias como: Desarrollo de Habilidades Emprendedoras, Empresas Familiares, Creatividad e Innovación, Emprendimiento y asignaturas opcionales como: Finanzas Internacionales, Marketing Internacional, Negocios internacionales. Las características de estas asignaturas es su carácter internacional, ya que, para los estudiantes del Uruguay, es fundamental su visión hacia el mundo exterior ya que el mercado interno es muy pequeño” (p.9).

Para Vazquez (2017) en su tesis titulado “*Creación de Empresas en Torno a las Universidades por los ex alumnos de las mismos: Un análisis del ITESO*” Universidad Ramón Llull, España, para optar Grado Académico Maestría con el objetivo general entender los factores asociados que han impulsado la actividad emprendedora en una universidad mexicana: el caso de los ex alumnos del ITESO con el tipo de investigación correlacional con la población y muestra 1789 empresarios con lo cual se estableció un muestreo probabilístico con un 95% de confianza de 208 empresas con la técnica e instrumento encuesta cuestionario, el autor concluye.

Se concluye que “el 88% de las empresas creadas por los egresados del ITESO concentran su facturación anual en dos categorías, menor a 250 000 dólares y entre 250 000 y 1 millón de dólares lo que representa un tamaño de negocio muy semejante

al reportado por una universidad de tipo regional en Iowa, Estados Unidos que es del 86%. Esto es debido a que los ex alumnos emprendedores reportados en la muestra tienden a tener más proporción de pequeñas y medianas empresas, diferente a las establecidas en México donde se concentran en los micros y pequeñas empresas, lo cual genera para empresas de los ex alumnos de ITESO un valor mayor de los bienes y servicios producidos” (p.178).

Según Paniza & Herrera (2016) en su tesis titulado “*Características Emprendedoras de los Estudiantes de Administrativo de empresas en la Universidad de la Guajira y Universidad Popular del Cesar*” Universidad de Cartagena para optar Grado Académico Maestría con el objetivo Identificar las características emprendedoras de los estudiantes de Administración de empresas en la Universidad Popular del Cesar y la Universidad de La Guajira con tipo de investigación exploratoria y descriptivo con la población y muestra 240 estudiantes con la técnica e instrumento cuesta cuestionario, el autor concluye.

Se de emprendimiento, aun así, la generalización de estos resultados se basa en el fortalecimiento del programa de emprendimiento en la carrera” (p.104).

De acuerdo a Rafaela (2014) en su tesis titulado “*Análisis de las Intenciones Empresariales de los estudiantes Universitario México: Un enfoque basado en variables personales y del programa educativo*” Universidad de Cantabria para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar la medición del impacto de los programas de educación empresarial es un tema de creciente interés dentro de la literatura académica con el tipo de investigación correlacional con la población y muestra 663 estudiantes con la técnica e instrumentos de encuestas cuestionario el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “la muestra está compuesta por alumnos de 21 de los 26 campus del Tecnológico de Monterrey que ofrecen estudios de grado ubicados en diversos estados de la república mexicana el campus con mayor participación es Querétaro (74,5% del total de la muestra), seguido por Monterrey (5,6%), Ciudad de México (3,2%), Guadalajara (3%) y Estado de México (2,9%). Los demás campus representan menos del 2% del total de la muestra” (p.153).

Para Rueda (2006) en su tesis titulado “*Estudio de la Actitud Empresarial de los Estudiantes Universitarios de la Facultad de CC.EE. y Empresariales de Cantabria*” Universidad de Cantabria para optar Grado Académico Maestría con el objetivo el estudio de la actitud emprendedora empresarial de los alumnos universitarios, para lo cual se realiza una encuesta entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria en el período académico 2010-2011 con el tipo de investigación descriptivo con la población y muestra 764 alumnos con la técnica e instrumento de cuestionario encuesta el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “se ha comentado en el apartado anterior alrededor de un 78% de los estudiantes encuestados ha pensado alguna vez en crear su propia empresa, pero la mayoría lo ha hecho “vagamente” (45,6%). Cabe destacar que sólo un 13,1% tiene el firme propósito de llevarlo a cabo” (p18).

2.1.2. Antecedentes nacionales

Para Delgado & Nuñez (2017) en su tesis titulado “*Competencias de Emprendimiento en Estudiantes Universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel*” Universidad Señor de Sipán para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar las

competencias emprendedoras desarrolladas por los alumnos de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, 2015-II con tipo de investigación descriptiva propositiva con la población y muestra 1395 alumnos con la técnica e instrumento encuesta cuestionario, el autor concluye.

Se concluye “finalmente, dado el escenario analizado se planteó un programa de capacitación empresarial que permita mejorar el desarrollo de las competencias de emprendimiento en los estudiantes donde se tratará de conocer los diversos aspectos concernientes a las competencias emprendedoras de los estudiantes, para así poder brindarles las herramientas e instrumentos básicos que potencialicen sus capacidades y así llegar a generar a través del trabajo directo con los grupos de interés un desarrollo practico de sus destrezas” (p.123).

Según Mitma (2018) en su tesis titulado *“Espíritu Emprendedor y la Creación de Micro y Pequeñas Empresas en las Estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural Instituto de Educación Superior Pedagógico Publico Huancavelica”* Universidad Nacional de Huancavelica para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar la relación que existe entre el espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancavelica – 2017 con el tipo de investigación descriptivo correlacional con la población y muestra 161 estudiantes con la técnica e instrumento encuesta cuestionario, el autor concluye.

Se concluye “determina que existe una relación alta entre el espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas al haberse obtenido un coeficiente r de

Pearson de 0.915, lo que da paso a afirmar que el espíritu emprendedor se relaciona significativamente con la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancavelica en el año 2017, quedando validada la hipótesis general al haberse obtenido un $T_c = 24,00 > T_t = 1,66$ " (p.88).

De acuerdo a Chuquilin (2017) en sus tesis titulado "*Actitud emprendedora empresarial en Estudiantes del 5° de Secundaria de la Institución Educativa N° 6091 Cesar Vallejo, Chorrillos, 2016*" Universidad Cesar Vallejo para optar Grado Académico Maestría con el objetivo describir la actitud emprendedora empresarial en estudiantes del 5.º de secundaria de la institución educativa César Vallejo, Chorrillos, 2016 con tipo de investigación experimental descriptivo con la población y muestra 137 estudiantes con la técnica e instrumento de encuesta cuestionario, el autor concluye.

Se concluye "la muestra conformada por 137 alumnos encuestados, el 62% tiene creatividad e innovación moderada, el 36,5% presenta alta creatividad e innovación, mientras que el 1.5% tiene baja creatividad e innovación" (p.62).

Para Vidal (2012) en su tesis titulado "*Fomento de la Cultura y Espíritu Emprendedor en los Jóvenes Españoles desde las Instituciones Educativas*" Universidad Politécnica de Cartagena para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar principal de la educación en emprendimiento que las personas desarrollen actitudes positivas hacia la iniciativa emprendedora con tipo de investigación correlacional con la población y muestra 70 emprendedores de la edad de 18 a 34 años con la técnica e instrumento de encuesta cuestionario, el autor concluye.

Se concluye a “pesar de que numerosos estudios han constatado que la iniciativa emprendedora puede cultivarse desde las primeras etapas de la vida escolar y que existe una estrecha relación entre una adecuada oferta educativa en emprendimiento y una mayor actividad empresarial, la realidad es que la oferta educativa para estimular la capacidad emprendedora en el alumnado, tanto en educación primaria como en secundaria y el bachillerato, sigue siendo escasa en nuestro país” (p.71).

Según Alarcon (2017) en su tesis titulado “*Relaciones Interpersonales y actitud emprendedora empresarial en Estudiantes de Tercero de Secundaria, red 10, Callao 2017*” Universidad Cesar Vallejo para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar la relación entre las relaciones interpersonales y la actitud emprendedora empresarial en estudiantes de tercero de secundaria, red 10, Callao con el tipo de investigación descriptivo con la población y muestra 265 estudiantes con la técnica e instrumento encuesta cuestionario, el autor concluye.

Se concluye “de acuerdo a los resultados estadísticos respecto a la variable Relaciones Interpersonales en su dimensión comprensión y sabiduría y la variable Actitud emprendedora empresarial se obtuvo un nivel de significancia $p=0.000 < 0.05$ y un coeficiente de correlación Rho de Spearman = 0,720 es por ello que se concluye que existe una relación significativa mediana entre las relaciones interpersonales y la actitud emprendedora empresarial en estudiantes de tercero de secundaria, Red 10, Callao 2017” (p.85).

Para Lopez (2017) en su tesis titulado “*Estrategias de Marketing Social para Promover las Actitudes Emprendedoras en Estudiantes del Cuarto y Quinto año de Secundaria de la Institución Educativa Federico Villarreal – Sullana, año 2017*” Universidad Cesar Vallejo para optar Grado Académico Maestría con el objetivo

determinar las estrategias de marketing social para promover las actitudes emprendedoras en los estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria de la institución educativa Federico Villarreal - Sullana, año 2017 con el tipo de investigación descriptivo con la población y muestra 60 alumnos, que promedian sus edades entre los 15 a 17 años de edad, entre varones y mujeres con la técnica encuesta entrevista y el instrumento cuestionario, entrevista, el autor concluye.

Se concluye que “logró establecer que el componente reactivo está conformado por la iniciativa empresarial y el poder de persuasión de los estudiantes puedan lograr funcionar cualquier negocio que pongan en marcha ya que tienen el poder de persuasión para lograr el apoyo financiero y los conocimientos básicos para emprender un nuevo negocio, esto deja entrever que están sumamente motivados para que inicien su aventura laboral” (p.66).

Las estrategias de marketing social necesarias para promover las actitudes emprendedoras en los estudiantes de cuarto y quinto año de secundaria de la Institución Educativa Federico Villarreal en el distrito de Sullana son: Lanzamiento de un concurso de ideas de negocios dirigidas a estudiantes de las instituciones educativas secundarias de la región, campaña de reconocimiento del aporte del emprendedurismo a la sociedad, programa de capacitación virtual gratuito en temas de emprendimiento, con cobertura regional, creación de páginas en redes sociales para promover las actitudes emprendedoras (p.67).

De acuerdo a Radovich (2017) en sus tesis titulado “*La Actitud emprendedora empresarial y su Relación con la Capacidad de Creación de Microempresas en los Estudiantes de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*” Universidad Nacional de Educación para optar Grado Académico Maestría con el

objetivo demostrar que existe una relación significativa entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del VII, VIII, IX y X ciclo de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega de la provincia Lima, 2015 con tipo de investigación cuantitativo con la población y muestra 184 estudiante con la técnica e instrumento cuestionario encuesta, el autor concluye.

Se concluye que “los resultados de la investigación con respecto a la relación de las dimensiones, indican la existencia de una relación significativa buena de +0,57 entre la autoconfianza y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de los ciclos VII, VIII, IX y X de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega de la provincia de Lima, en el 2015. Estos resultados se interpretan que la mayoría de los estudiantes perciben que poseen la actitud necesaria para pensar en afrontar los desafíos que surgen todos los días, buscar objetivos vigentes que lo estimulen y al lograr estos objetivos aumente aún más su autoestima” (p.111).

Para Trelles (2017) en su tesis titulado “*Aprendizaje de Comercio Electrónico y el Desarrollo de la Capacidad Emprendedora en Estudiantes de Educación Superior*” Universidad San Martín de Porres para optar Grado Académico Maestría con el objetivo Evaluar la relación entre el aprendizaje de comercio electrónico y el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Curtes de San Juan Lurigancho, semestre 2016-I con el tipo de investigación descriptivo con la población 60 estudiantes con la muestra de 60 estudiantes 37 varones y 23 mujeres con la técnica e instrumento cuestionario, el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “la investigación prueba, la existencia de una correlación significativa entre el aprendizaje de comercio electrónico y la capacidad de

realización de los estudiantes del Instituto Certus de San Juan Lurigancho en el semestre 2016-I. Asimismo, esta correlación es positiva y alta, lo que evidencia que cuanto mejor sea el aprendizaje de comercio electrónico, mayor será la valoración a la mencionada dimensión” (p.91).

La investigación prueba, la existencia de una correlación significativa entre el aprendizaje de comercio electrónico y el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes del Instituto Certus de San Juan Lurigancho en el semestre 2016-I, asimismo esta correlación es positiva y alta, lo que evidencia que cuanto mejor sea el aprendizaje de comercio electrónico, mayor será la valoración a la mencionada variable (p92).

De acuerdo a Farfan (2017) en su tesis titulado “*Capacidad Emprendedora en el Desarrollo de la Actitud para Planificar Negocios es Estudiantes de Administración*” Universidad Cesar Vallejo para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar la influencia que tienen las capacidades emprendedoras en el desarrollo de la actitud de iniciativa para planificar negocios en los estudiantes de los últimos ciclos de administración de una universidad privada de Lima 2016 con el tipo de investigación explicativo descriptivo con la población y muestra 571 estudiantes con la técnica e instrumento cuestionario fichas cuestionario, el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “en la presente investigación se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron has un 30.1 % sobre el desarrollo de las actitudes para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación” (p.108).

En relación al objetivo específico 4 se determinó que las capacidades emprendedoras influyeron en un 24.50 % sobre el desarrollo de la actitud de innovación para planificar negocios en estudiantes de administración, quedando demostrada la hipótesis de investigación (p.108).

Según Cumpa & Martínez (2019) en su tesis titulado *“Perfil emprendedor de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima 2018”* Universidad Inca Garcilaso de la Vega para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar el perfil emprendedor de los estudiantes de administración de Empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima 2018, ya que estas características son muy importantes cuando el estudiante inicie una actividad emprendedora y llegue a concretar su idea de negocio con el tipo de investigación descriptivo con la población y muestra 604 estudiante con la técnica e instrumento cuestionario encuesta, el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “conforme con los resultados de la investigación indican que no existe una relación estadísticamente significativa entre el perfil emprendedor y el año académico que cursan los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Estos resultados se interpretan que la gran mayoría de estudiantes presentan características emprendedoras para iniciar una actividad emprendedora, pero no necesariamente se debe al año en que cursan los estudiantes” (p.69).

Cabe resaltar que la investigación ha sido de tipo descriptiva, se realizó la prueba de hipótesis en relación al año académico con las diferentes dimensiones, lo cual el resultado principal fue que si existe significancia entre el año académico que cursan los estudiantes y las aptitudes emprendedoras. Y esto se da porque los estudiantes a

medida que van cursando ciclos superiores, sus aptitudes emprendedoras se van potenciando (p.69).

Para Vargas (2007) en su tesis titulado *“Influencia de la Motivación de Logro Actitud emprendedora empresarial y Autoeficacia Emprendedora sobre la Intención Emprendedora en los Estudiantes del área de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco”* Universidad Nacional Mayor de San Marco para optar Grado Académico Maestría con el objetivo analizar la influencia de la actitud emprendedora empresarial las motivaciones para crear empresa los conocimiento empresarial la preparación empresarial los obstáculos para crear empresa la motivación de logro la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencia empresarial de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco con el tipo de investigación descriptivo con la población y muestra 2618 con la técnica e instrumento en cuesta cuestionario, el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración de empresas presentan mayor intencionalidad emprendedora asimismo presenta mayor nivel de conocimiento empresariales y mayor nivel de preparación empresarial y además mayor nivel de autoeficacia emprendedora. Lo cual representa un potencial para la creación de empresas en la Región Cusco” (p.191).

Según Mejia (2015) en su tesis titulado *“Actitud emprendedora empresarial de los Egresados de la Carreara de Admistración de Empresas de la Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo”* Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo para optar Grado Académico Maestría conel objetivo determinar la actitud emprendedora empresarial que poseen los egresados de la Carrera Profesional de Administración

de Empresas de la USAT con el tipo de investigación cualitativo con la población muestra 20 alumnos con la técnica e instrumento encuesta cuestionario el autor llega a la conclusión.

Se concluye que “los egresados Independientes a diferencia de los egresados Dependientes, llevaron a la práctica la enseñanza adquirida en la universidad con visión a un futuro prometedor, con deseos de emprender y tener una empresa propia. Sin embargo los egresados dependientes lo llevaron a la práctica pero de manera limitada, adquiriendo los conocimientos, plasmándolas en las labores diarias de sus trabajos de manera eficiente como funciones establecidas, mas no ampliando sus conocimientos panorámicamente y de manera emprendedora” (p.45).

Para Alanya (2012) en su tesis titulado “*Habilidades Sociales y Actitud emprendedora empresarial en Estudiantes del Quinto de Secundaria de una Institucion Educativa del Distrito del Callao*” Universidad San Ignacio de Loyola para optar Grado Académico Maestría con el objetivo determinar si existe relación entre la actitud emprendedora empresarial y las habilidades sociales en los estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito del Callao con el tipo de investigación descriptivo con la muestra y población 151 estudiantes con la técnica e instrumento de encuesta cuestionario, el autor llega a la conclusión.

Se concluye “Existe una correlación alta entre la capacidad de realización y las habilidades sociales, por lo que inferimos que los jóvenes aprovechan las oportunidades para conseguir sus objetivos hasta alcanzarlos, así mismo expresan sus deseos, peticiones y piden favores para buscar orientaciones para lograr lo que se proponen (p.72).

2.1.3. Antecedente regional

Para Valencia (2017) en su tesis titulado “*Actitudes hacia el Emprendimiento Empresarial en Estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos de la Provincia de Huancayo*” Universidad Nacional del Centro del Perú para optar Grado Académico Maestría con el objetivo describir y analizar las actitudes hacia el emprendimiento empresarial en Institutos de Educación Superior Tecnológico de la Provincia de Huancayo con el tipo de investigación descriptivo con la muestra población 330 estudiantes con la técnica e instrumento cuestionario, encuesta el autor llega a la conclusión.

Se concluye “se describió y se analizó que las actitudes hacia el emprendimiento empresarial en los estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos Santiago Antúnez de Mayolo, Andrés Avelino Cáceres, José María Arguedas, Franklin Roosevelt, Eugenio Pacillo de la Provincia de Huancayo existe suficiente evidencia nuestra que nos permite afirma que a un nivel de significancia del 0,05 que la media de los puntajes de las actitudes al emprendimiento son mayores o iguales que 313, lo cual según nuestro Baremos es alto (p.88).

2.2. Bases teóricas o científicas

2.2.1. Actitud emprendedora empresarial

El emprendedor tiene que adquirir destrezas, habilidades orientadas al desarrollo del ser humano, todo esto en base al cambio que se vive diariamente ya que forma parte del rendimiento laboral, esto permite tener conocimientos y saber tomar decisiones al momento que surja algún inconveniente, de tal manera que en el desempeño de funciones sea eficiente y eficaz y tenga un rendimiento de excelencia.

Según Drucker (1985) define “Consideró que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva, el emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un

individuo o institución, pero no de personalidad” (p.12) Un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa.

Según Annelissie (2012) define “El Emprendedor entonces es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos”. (p.7)

Según Hernandez (2011) define “El emprendedor es un creador nato y como tal no toma en cuenta limitaciones de ningún tipo al momento de desarrollar sus ideas, podría decirse que es un Líder, dado que abandona el espacio de la individualidad, generando cambios en el ámbito en el cual se desarrolla”.

Según Gutierrez & Amandor (2011) define también se encontró al “Emprendedor Universitario” como el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económicos o sociales donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial, destinado por sus propias características a ser eficaz y a sobresalir, llevándolo a producir impactos en la rama productiva elegida.

2.2.1.1. Actitud

Una actitud emprendedora empresarial en cambio es una actitud de querer cambiar las cosas es tener un espíritu de explorador es una manera de ver el mundo.

La actitud es la conducta que tiene la persona al momento de realizar sus labores, pudiendo actuar de manera positiva o negativa. Esta investigación determinará la conducta del personal de salud frente a la ejecución de medidas de bioseguridad.

Según Pacheco (2010) definen “La actitud emprendedora empresarial puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla”

La actitud se forma cuando las creencias, la información, la cultura, los conocimientos y los valores se relacionan con el criterio propio. Es decir, se requiere de la flexibilidad del pensamiento para ir adquiriendo o modificando la actitud de acuerdo con la situación en la que se encuentre. Se puede llegar a pensar que, en la forma más positiva de expresar las actitudes, se pueden aprovechar más las aptitudes de aprendizaje y la evolución favorable hacia la madurez

Según Ubillos & Paez (2015) definen “Presentando a estudiantes el nombre de ciertas nacionalidades acompañadas por adjetivos positivos, negativos o neutros, encontraron que aquellas que habían sido apareadas con adjetivos positivos se evaluaban más favorablemente que las apareadas con adjetivos negativos”.

Según Gonzales (1987) “Es un sistema estable de evaluaciones positivas o negativas, sentimientos, emociones y tendencias de acción favorables o desfavorables respecto a objetos sociales”.

2.2.1.2. Teorías sobre la formación de las actitudes

Según Mattinello (2011) Es el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación. Este proceso puede ser analizado desde distintas perspectivas, por lo que existen distintas teorías

del aprendizaje. Las actitudes son las predisposiciones a responder de una determinada manera con reacciones favorables o desfavorables hacia algo las opiniones o creencias, los sentimientos y las conductas factores que a su vez se interrelaciona entre sí.

1° Teoría del aprendizaje

Según Dahab (1997) define “También se puede definir el aprendizaje como un proceso de cambio relativamente permanente en el comportamiento de una persona generado por la experiencia.” El aprendizaje es un sub-producto del pensamiento. Aprendemos pensando, y la calidad del resultado de aprendizaje está determinada por la calidad de nuestros pensamientos”

El aprendizaje es el proceso mediante el cual se adquiere una determinada habilidad, se asimila una información o se adopta una nueva estrategia de conocimiento y acción.

Según Meza (2014) define el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación. Este proceso puede ser analizado desde distintas perspectivas, por lo que existen distintas teorías del aprendizaje. El aprendizaje es una de las funciones mentales más importantes en humanos, animales y sistemas artificiales

Se basa en que las personas al aprender reciben nuevos conocimientos de los cuales intenta desarrollar unas ideas, unos sentimientos, y unas conductas asociadas a estos aprendizajes de estas actitudes puedes ser reforzado mediante experiencias agradables.

Según Suarez (2004) La Teoría de la Asimilación del Aprendizaje, enmarcada en el constructivismo, se basa en que las personas aprenden por conceptos y proposiciones

creando estructuras cognitivas. Así, en esencia, la teoría explica que el aprendizaje crea una estructura cognitiva nueva como resultado de la asimilación o inclusión de los nuevos conocimientos en la organización preexistente. Esta última es fundamental, en tanto que permite la entrada de nuevos conceptos y proposiciones. En efecto, no podemos construir una nueva planta de un edificio si su estructura previa no tiene los pilares y cimientos dispuestos en la forma y consistencia necesaria, y mucho menos si no existen.

Veremos sucintamente los consensos en torno al término aprendizaje y lo que dicen las aportaciones más relevantes, sobre todo en relación con el tema que abordamos: qué son las teorías sobre el aprendizaje, sus objetivos, sus atributos y sus características. Y si se puede dar el aprendizaje fuera de lo que es una facultad humana.

Para Moreno (2017) define el aprendizaje por recepción es lo que debe aprenderse y se le presenta al aprendiz en su forma final; mientras que en el aprendizaje por descubrimiento el contenido principal debe ser descubierto por el alumno. Después del descubrimiento del alumno, el aprendizaje puede volverse significativo si el contenido descubierto establece una interacción con el sub consumidor ya existente en la estructura cognitiva del alumno; por ello para Ausubel el aprendizaje por descubrimiento no es necesariamente significativo ni el aprendizaje por recepción es obligatoriamente mecánico.

2° Teoría de la consistencia cognitiva

Se relaciona con el aprendizaje de nuevas actitudes, relacionando la nueva información con alguna otra información que ya se conocía, así la persona trata de desarrollar ideas o actitudes compatibles entre sí.

Para Rodriguez (1972) la tendencia que existe entre los seres humanos para establecer relaciones equilibradas o balanceadas con otros seres humanos, con otros objetos o con ambos. En la medida en que las relaciones sean no balanceadas aparecerá en el sujeto un desequilibrio que produce un estado motivacional; el desequilibrio y el estado motivacional se reducen y desaparecen cuando las relaciones vuelven a ser balanceadas. Heider dice que las relaciones pueden ser positivas o negativas, cuando el producto de las tres relaciones es positivo, existe balance; cuando es negativo, no existe balance. La teoría de Heider, posee connotaciones motivacionales desde una perspectiva gestáltica.

3° Teoría de la disonancia cognitiva

Consiste en hacer a las personas y sus conocimientos que algo no los perjudica, pero sabiendo en realidad lo que les puede pasar si se siguiese manteniendo esta actitud, tras haber realizado una prueba y fracasar en el intento. Esto puede provocar un conflicto, porque se toman dos actitudes incompatibles entre sí que la misma persona intenta evitar de manera refleja. Esto lo impulsa a construir nuevas actitudes o a cambiar las actitudes ya existentes.

Para Ovejero (1993) define que debe existir una consistencia entre creencias, actitudes y pensamientos con la conducta manifiesta. El sujeto tiende a comportarse de un modo que minimice la inconsistencia interna entre sus relaciones interpersonales, entre sus cogniciones intrapersonales, y entre sus creencias, sus sentimientos y sus acciones. Las relaciones resultantes pueden ser: consonantes, disonantes o irrelevantes. Sólo cuando existe disonancia se produce la motivación, que tiene como finalidad solucionar la disonancia.

2.2.1.3. Componentes de la actitud

Para Carl (1961) “Tener una actitud es estar dispuesto a una cosa determinada, aunque sea inconsciente; lo que significa: tener a priori una dirección hacia un fin determinado, representado o no. La disposición que es para mí la actitud consiste siempre en la presencia de una cierta constelación subjetiva, combinación determinada de factores o de contenidos psíquicos que determinan esta o aquella dirección de la actividad o esta o aquella interpretación del estímulo externo”

Según Ferrel (2015) menciona que la madre a través de sus gestos y actitudes entabla una íntima relación con su hijo, que adquiere cierta unidad durante los primeros años con una dependencia del niño respecto a la madre.

1° Componente cognoscitivo

Es necesario que existe también una representación cognoscitiva de objetivo que genera la actitud para la determinación de este componente tiene mucha participación el proceso perceptivo y creencias como mecanismo de categorización de los objetos conceptos que entran en el campo cognitivo. (Sobrino Chunga) define “pensamiento, lenguaje, inteligencia con procesos afectivos a partir de la inteligencia emocional”

Es aquello que está relacionado al conocimiento y la capacidad de aprender e ir modificando nuestras conductas nos permiten desarrollarnos, crecer como personas y avanzar como sociedad.

2° Componente afectivo

Es el sentimiento en favor o en contra de un objetivo social, es decir se refiere a la corriente emocional o afectiva que vincula al individuo con el objeto de actitud es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia principal con las creencias y las opiniones que se caracterizan por su componente

cognoscitivo. El sujeto puede experimentar distintas experiencias con el objetivo los cuales pueden ser positivos como de agrado, simpatía y hasta de amor por el objeto, o negativos es decir el tono será de desagrado, antipatía, y hasta odio.

Para Garcia (2006) menciona: “las relaciones entre hermanos están afectadas por un conjunto de factores tales como: orden de nacimiento “el hijo mayor obtiene más atención de sus padres, y está socialmente menos preparado que los otros hermanos porque sus padres también están experimentando su primera experiencia de paternidad, y muestran mucha ansiedad en la relación con los hijos. Los primogénitos son hijos únicos por un periodo de tiempo, y están más cercanos a los padres, situación que no se va a repetir con los otros hijos. Reciben una mayor estimulación, contacto verbal y afectivo de sus padres por lo menos hasta que nazca un hermanito, donde su situación va a variar; por lo menos en sectores populares el hijo mayor es el sustituto del padre o la madre porque si es mujer a temprana edad se encargará de los otros hermanitos y de las tareas del hogar, si es hombre sale a trabajar a temprana edad y se le exige su aporte a la economía del hogar”

3° Componentes conductual

Es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera es el componente activo de la actitud en base a las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera asociación entre objeto y sujeto. Es decir, el componente conductual nos indica la disposición de actuar y, de alguna manera puede ser anticipada esa dispersión por el conocimiento que se tiene de los otros dos componentes sobre este componente y la relación entre actitud conducta y las variables que están interviniendo que girara.

2.2.1.4. Características de las actitudes

1° La dirección

Para Ruiz (2016) El medio en que operan las organizaciones es muy cambiante. El personal no puede ser programado totalmente por la empresa, por los procesos productivos, normas y políticas. Los humanos no son máquinas; incluso éstas requieren de la intervención del ser humano para funcionar: un automóvil necesita un conductor, y una computadora, por muy evolucionada que sea, necesita un operador, asimismo, un grupo de trabajado requiere de un coordinador.

“La dirección es el elemento del proceso administrativo que tiene como finalidad coordinar los elementos humanos de las empresas, implica que un responsable con nivel de autoridad genere liderazgo, así como motivación, comunicación, cambio organizacional e individual y creatividad” (Ruiz, 2016, p.16).

Para Gonzalez (2017) nos habla sobre la capacidad de influir en las personas para que con tribuyan a las metas de la organización, implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales, en esta fase se logra la realización efectiva de lo planeado por medio de la autoridad ejercida a base de decisiones, directas a base de decisiones, directas o delegadas vigilando también que se cumplan en forma adecuada todas las ordenes.

También llamada valencia refleja el signo de la actitud se puede estar a favor o en contra de algo el principio, estar a favor o en contra de algo viene dado por la valoración emocional, propia del componente afectivo.

El componente cognoscitivo, en congruencia, la dirección ya prevista hacia el acto.

El conativo adoptara, en congruencia, la dirección ya prevista hacia el acto.

2° La intensidad

La magnitud de una actitud depende de su valencia positiva o negativa y de su intensidad grado o extremosidad de esa valencia. (Suarez Alvarez & Perez Sanchez , 2011) “Se refiere a la fuerza con que se impone una determinada dirección, ya que se puede ser más o menos hostil o favorables a algo, y se puede estar más o menos de acuerdo con algo, por eso la intensidad es el grado con que se manifiesta una actitud determinada”.

3° La consistencia

Según Maxwell (2015) define que son relativamente consistentes respecto del comportamiento que reflejan. Sin embargo, a pesar de su consistencia, las actitudes no necesariamente son de carácter permanente: en realidad, cambian. Cuando los consumidores sienten libertad para actuar conforme a sus deseos, suponemos que sus acciones se consistentes con sus actitudes. No obstante, muchas veces las circunstancias impiden la consistencia entre las actitudes y el comportamiento. Por lo tanto, debemos considerar las posibles influencias situacionales sobre las actitudes y el comportamiento del consumidor.

La consistencia es el grado de relación que guardan entre si los distintos componentes de la actitud si los tres componentes están acordes la consistencia de la actitud será máxima. Si lo que se sabe, se siente y se hace o, presumiblemente se haría, están de acuerdo, la actitud adquiere categoría máxima de consistencia.

2.2.1.5. Posturas sobre la actitud emprendedora empresarial

Según Baldera (2015) “Determina la actitud emprendedora empresarial de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo se llevó a cabo este estudio como respuesta al problema planteado. ¿Cuáles la actitud emprendedora empresarial de los egresados de la

carrera de administración de empresa de la USAT?, como también el conocimiento aprendido y la experiencia determinar sus capacidades determinar sus habilidades y determinar el nivel de compromiso y espíritu emprendedor de los egresados de la carrera de administración de empresa” (p.5).

Para Pabon (2017) sostiene “respecto a comportamiento, emociones y creencias que tiene después de crear empresa. Se realiza en primera instancia una descripción del modelo de comportamiento planificado de ajzen, que es la base conceptual tanto del instrumento aplicado como de la interpretación de los resultados. Que la evidencia una vinculación profunda de los emprendedores con sus creencias que los llevan a actuar y sentir de forma que asumen riesgos medidos, tienen el control de lo que llevan a cabo, se sienten satisfechos consigo mismos, están en permanente búsqueda de la innovación y tienen una elevada motivación de logro. (p.14).

Para Sastre (2007) define “Aunque los estudios y empresariales han dedicado mayor atención a la empresa en lugar del creador, este últimos no puede quedar exento de análisis ya que es un protagonista fundamental en el que, aunque los estudios económicos y empresariales han dedicado mayor atención a la empresa en lugar de creador, este último no puede quedar exento de análisis ya que es un protagonista fundamental en el que se basa gran parte de la estructura económica de una región o un país. En paralelo al desarrollo económico, el empresario ha ido ganando terreno social en los últimos tiempos. Por lo tanto, se profundiza en este primer capítulo en la importancia de la figura del empresario como eje principal de la creación de empresas para posteriormente realizar una revisión de teorías que toman al empresario como objeto estudio (p.29).

Para Orrego (2008) en su investigación “El cual parte de describir la emergencia y complejidad de este nuevo campo de conocimiento y establecer los vínculos

epistemológicos entre textos, autores y temáticas de algunas de las ciencias sociales con el emprendimiento y el campo de la administración en el cual se inscribe. De esta manera, desde la sociología se reconoce la cultura como el lugar de estructuración de las relaciones de trabajo de estas nuevas organizaciones, la administración y la innovación, desde donde se concibe la razón de ser del emprendedor, la sostenibilidad y la responsabilidad social para configurar su dimensión ética y finalmente, la educación como dispositivo de perfeccionamiento necesario en todo emprendimiento, el cual demanda una visión interdisciplinaria y contextualizada” (p.1)

Para Carlos (2015) señala “analizar las características de la personalidad de los emprendedores, es necesario considerar que tiene una profunda interrelación con la cultura de los grupos y de las sociedades, ya que los elementos de la personalidad se adquieren en un proceso de socialización primaria en el entorno familiar a través de los padres, luego en un proceso de socialización secundaria son moderadas y modificadas por la escuela, los amigos y los medios de comunicación y finalmente, son nuevamente moderados por la cultura que índice a las personas lo que se considera deseable o no deseable en una sociedad. Dado que la cultura es un conjunto de actitudes compartido, objetivo y prácticas que caracteriza a una organización o un grupo de personas, puede decirse que en una cultura emprendedora el espíritu emprendedor es grupo de personas puede decirse que en una cultura emprendedora el espíritu emprendedor es abrazado por la mayoría de sus miembros y los valores correspondientes al emprendedurismo son compartidos por lo que la actividad emprendedora es valorada. Es decir, para el desarrollo del espíritu emprendedor, no basta que los individuos cuenten con características de su personalidad adecuadas, sino que se requiere una cultura que lo fomente” (p.3).

Para Discriminación (2007) “nos permitirá definir el proyecto a la medida de los conocimientos, aptitudes y habilidades del emprendedor que previamente habremos detectado, así como adecuarlo a las posibilidades de sus recursos financieros y capacidad de entrada en el mercado. A partir de este punto inicial comienza un proceso en el cual las personas emprendedoras deberían estudiar todo un conjunto de elementos. Estos factores son tanto externos, (competencia demanda, etc.) Como internos (capital inicial capacidad personal, etc.) y esa es la función clave que un técnico de empleo ha de autorizar. La culminación del análisis de todos los factores que pueden influir positiva o negativamente en nuestras ideas es el plan de negocio o plan de empresa. Aunque frecuentemente se señala que todo proyecto de creación de empresa tiene su origen en una idea lo cierto es que no debe ser el eje absoluto del proyecto desde la perspectiva de los técnicos que asesoren un proyecto. La idea de negocio es el objetivo del negocio y vehículo de la actividad emprendedora, pero nunca un motivo valido para emprender, y veremos qué motivos determinan y mucho, la puesta en práctica real del proyecto (p.5)

2.2.1.5. Tipos de la actitud emprendedora empresarial

Según Molina (2003) define “Capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de nuestros sueños, luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad”.

Capacidad para asumir riesgos, tolerancia a la frustración, pasión por todo lo que hacen, intuición y flexibilidad para adaptarse a la realidad del entorno, pero todavía nos queda añadir algún ingrediente más en la coctelera de la personalidad de nuestro protagonista.

1.-El emprendedor visionario:

“Es aquél que se atreve con cualquier sector. No tiene miedo al fracaso y por ello está constantemente buscando ideas nuevas con las que emprender. Pasional y vocacional, también es persuasivo y comunicativo. Puede parecer inestable e inconstante”. (Molina ,2003; p. 23).

2.- El emprendedor por necesidad:

Busca nuevos rumbos para poder gestar un cambio profesional ya que suele estar insatisfecho con su actual profesión. También puede ser aquel que necesita una ocupación y por ello busca emprender su propio negocio. Suele ser tenaz y constante para buscar un buen plan. Antes de emprender con éxito necesitan desarrollar personalidad empresarial. (Molina ,2003; p. 23)

3.- El emprendedor inversionista:

Tiene capital y decide crear una compañía. La rentabilidad de su inversión es su máximo objetivo. Tiene más miedo al riesgo y eso puede frenar algunos proyectos. (Molina ,2003; p. 23)

4.- El emprendedor que busca oportunidades:

Racional y analítico, puede llegar a ser muy frío y calculador. Aun así, suelen ser muy versátiles. (Molina ,2003; p. 23)

5.- El emprendedor por azar:

La suerte juega un papel importante en este tipo de emprendedor. Está en el lugar adecuado en el momento oportuno. Pero no le tiene miedo al cambio ni a los contratiempos. Los sabe aprovechar para emprender. (Molina ,2003; p. 23)

6.- El emprendedor especialista:

Aprovecha los errores de otros para encontrar una oportunidad para su negocio. Puede que no tenga una gran idea, pero sí que sabe sacar provecho de los vacíos de

otras ideas. Como es especialista en un área, suele necesitar de apoyos en otras. (Molina ,2003; p. 23).

7.- El emprendedor persuasivo:

Perseverante y constante, tiene buenas dotes comunicativas. Suele contar ya con un prestigio ganado dentro de su sector. Tiene mucha fe en su proyecto y su persona, lo que hace que los otros también lo tengan. Puede pecar, no obstante, de no centrarse suficiente en su objetivo, la empresa. (Molina ,2003; p. 23).

8.- El emprendedor intuitivo:

Sigue sus impulsos. Tiene empatía y suele saber escuchar. La pasión es uno de sus principales puntos fuertes y por ello sabe arriesgar. Pero eso mismo es lo que puede generar una sensación de vértigo en los demás. (Molina ,2003; p. 23)

2.2.2. Dimensiones de la actitud empresarial según McClelland

Para McClelland (1998) afirmó que la gran mayoría de la gente posee y exhibe una combinación de estas características- Algunas personas exhiben fuertes sesgos hacia una particular necesidades que afectan su comportamiento y su estilo gerencial de trabajo.



Fuente. Modelo de McClelland

2.2.2.1. Necesidad de logro

Según McClelland (1998) es “Querer sobresalir de la media. Al querer cumplir esta necesidad, la persona desarrolla un deseo de excelencia, de trabajo bien realizado y de nuevas responsabilidades. En este caso, la persona se fija metas muy elevadas para demostrarse a sí mismo y a los demás que puede hacer todo lo que se proponga” Significa que; tener éxito en el sentido tradicional de la palabra. Ser capaces de conseguir metas y sentirnos reconocidos por ello.

Se supone que las personas con gran necesidad de logro son personas a las que les gusta arriesgarse y prefieren trabajar solos o con personas que también persigan el logro.

Podríamos decir que las personas en las que impera esta necesidad tienden a ser individualistas Los logros pueden ser:

Logros cognoscitivos: Son los aprendizajes esperados en los estudiantes desde el punto de vista cognitivo, representa el saber a alcanzar por parte de los estudiantes, los conocimientos que deben asimilar, su pensar, todo lo que deben conocer.

Logros procedimentales: Representa las habilidades que deben alcanzar los estudiantes lo manipulativo, lo práctico la actividad ejecutora del estudiante, lo conductual o comportamental, su actual todo lo que deben saber hacer.

Logos actitudinales: Están representados por los valores morales y ciudadanos, el ser del estudiante, su capacidad de sentir, de convivir es el componente afectivo motivación de su personalidad.

Para Gálvez (2012) define “consiste en indagar los niveles de motivación de logro presentes entre los beneficiarios del programa de capacitación de emprendedores culturales de huamanga Ayacucho en relación a su potencial para participar en programas de formación continua de emprendimiento de negocios como punto de

intersección en los campos de la cultura la educación y el emprendimiento que presenta particularidades en un sector de los jóvenes y adultos” (p.9).

Para Cornejo (2010) define “la motivación es la joya de la educación moderna, no se puede pensar que un alumno no aprende un tema o curso en el colegio por ser malcriado, flojo, distraído si no porque el profesor no encuentra las técnicas ni metodología adecuada para hacer que su clase sea interesante y cautivadora así que cuando se observa un rendimiento académico bajo en alguna materia seguro podría ser porque el profesor no sabe motivar al alumno” (p.7).

Para Cabrera (2015) define “es la tendencia a buscar el éxito en tareas que implican la evaluación del desempeño o bien, el interés por conseguir un estándar de excelencia, Gomes 2013 explica que el rendimiento académico es una medida de las capacidades del alumno, que expresa lo que este ha aprendido a lo largo de proceso formativo”. También supone la capacidad del alumno para responder a los estímulos educativos en este sentido el rendimiento académico está vinculado a la aptitud.

Para (Etnopsicología, 2008) define “considera de forma paralela al desarrollo cognitivo de las personas van desarrollando su afectividad dentro de ella uno de los aspectos más importantes a considerar es 36 el desarrollo del concepto de sí mismo el cual se va formando desde que el niño es muy pequeño a través de las variadas experiencias que va teniendo con el medio. Un adecuado desarrollo afectivo requiere del desarrollo e un auto concepto positivo ya que el concepto que el niño tenga de sí mismo va a ser determinante en su forma de enfrentar el mundo y de relacionarse con las personas” (p.42)

2.2.2.2. Necesidad de poder y autoridad

El adecuado manejo del poder es esencial para quienes dirigen el trabajo de otros, de instituciones y grupos. Tradicionalmente se ha estudiado la necesidad de poder en dos vertientes, individual la psicología del poder y social o institucional, pero las dos están relacionadas. La importancia de tener influencia o poder puede manifestarse en quienes lo desean para tenerlo y disfrutarlo a veces a expensa de otros, también en quienes lo utilizan para conseguir resultados. Estos últimos ha socialización la necesidad de poder y son parte del acervo de herramientas de quienes construyen instituciones.

Las personas marcadas por alta necesidad de poder pueden incluir no solo a quienes quieren tenerlo, sino también a los que le temen u odian, algunos individuos están orientados por una lucha contra cualquiera que se les ponga por encima, y otro se sienten tan incómodos con el ejercicio del poder que evitan poseerlo, muchas actividades y profesiones permiten satisfacer la necesidad de poder como profesores, políticos y ejecutivos.

A. Tipos de poder

Para Garcia (2009) define “La capacidad de los individuos los grupos o las instituciones para hacer algo o para conseguir que otros lo hagan”

Para Weber (2017) define “Que el poder es la probabilidad de tomar decisiones que afectan la vida de otros, es la capacidad de dirigir conversar o de imponer a otras personas la propia voluntad”

Para Hobbes (2005) define “Poder de usa para referirse a la capacidad de una persona o grupo, para imponer de forma recurrente su voluntad sobre otras”

Poder personal: Carisma, personalidad, magnetismo personal surge de forma individual en cada líder, es la capacidad que tiene aquellos para conseguir seguidores

a partir de su personalidad. Tiene fe en los objetivos que atrae y retiene a dichos seguidores, consiguen que haya personas que deseen seguirle. El líder percibe las necesidades de las personas y promete éxito para ella.

Poder legítimo: Poder de posición, poder oficial, culturalmente, las autoridades delegan el poder legítimo a otros para que les controlen los recursos, compensen o castiguen a los demás en su nombre. Este poder es deseado por casi todas las personas, cuya finalidad debe ser el orden de sociedad.

Poder experto: Autoridad del conocimiento, proviene del aprendizaje especializado de los estudios académicos o formativos nos lo inculcan los conocimientos y la información que tenga ese líder sobre una situación compleja. También, influye la educación la capacitación la experiencia, es un poder muy importante en esta época de tecnologías nueva.

Poder político: Apoyo de un grupo, es muy importante la habilidad que tenga ese líder para trabajar en equipo, con otras personas y dentro de sistemas sociales cuya finalidad sea la de conseguir sus apoyos. Este poder surge dentro de los medios técnicos y organizaciones inciertos, se da frecuentemente en aquellas situaciones de apoyo recíprocos.

B. Características del poder

1° Estar capacitado, reunir las condiciones, para hacer lo que se expresa.

2° Facultad para hacer algo.

3° Dominio o influencia que uno tiene sobre alguna cosa.

4° Posesión actual o tenencia de una casa.

5° Fuerza capacidad, eficacia.

5° Capacidad de provocar ciertos efectos.

6° Autorización para hacer algo dado por una autoridad competente para darla.

Autoridad: Esta unida a la legitimidad, dignidad, calidad, excelencia, de una institución o de una persona es desde el punto de vista del estado puede ser considerado como el poder ejercido por las personas legitimada por una institución o razón conforme a unas funciones que le son generalmente reconocidas. A demás los tipos de autoridad son:

Carismática: La aceptación de la autoridad proviene de la influencia personal del superior, se basa en las condiciones personales de quien ejerce la autoridad esta es la propia del líder, el jefe es reconocido como tal por sus cualidades personales excepcionales, tales como el heroísmo, la santidad, el genio.

Tradicional: Aquí considera que la aceptación de la autoridad se basa en que siempre se ha procedido de esa forma, la habitualidad de los usos y costumbres le confiere legitimidad.

Legal- racional: Los individuos aceptan la autoridad porque creen racionalmente en la legitimidad de las normas que conceden los ejercicios del poder.

2.2.2.3. Necesidad de poder y afiliación.

Para McClelland (1998) define “Responde a una necesidad afectiva y ésta involucrada en la palabra amistad. Se manifiesta en la consecución de una relación afectiva positiva con otra persona; puede ser de cualquier tipo”

McClelland (1998) toda motivación se basa en la emoción y consiste, concretamente, en una expectativa de cambio en la condición afectiva. Un motivo es entonces el restablecimiento, por un indicio, de un cambio de una situación afectiva. En esta definición, restablecimiento significa que está involucrado un aprendizaje previo.

La afiliación es según la Real Academia Española la "*acción y efecto de afiliar*", siendo *afiliar* "*incorporar o inscribir a alguien en una organización o en un grupo*"

La afiliación a la obra social puede ser directa, es decir, el afiliado decide asociarse a esa obra social y paga una cuota mensual para recibir atención médica cuando lo precise, o puede ser obligatoria por su situación laboral, o sea, el trabajo le ofrece esa obra social y no deberá pagar nada extra por los servicios que le presten. Asimismo, en el caso de afiliados con familia, esposa e hijos, también pueden afiliarse y disfrutar de los beneficios

La individual: Es la forma de afiliación mediante la cual una persona establece un vínculo con la EPS, para que le sean garantizados tanto él como a su grupo familiar, todos los beneficios contemplados en el plan obligatorio de salud contributivo.

La afiliación colectiva: Es la modalidad autorizada por la Superintendencia Nacional de Salud que permite que trabajadores independientes o trabajadores del servicio doméstico por días y que laboren al servicio de más de un empleador se afilia al EPS por el medio de las agremiaciones o asociaciones que hayan conformado, a las cuales pertenezcan y que estén debidamente autorizadas por la Superintendencia Nacional de Salud y la EPS.

2.2.3. Capacidad de creación de microempresas.

Para Carreras y Artau (2012) “se enfocan en un nuevo pensamiento productivo, donde la solidaridad y ayuda mutua son el sostén del funcionamiento de las iniciativas, no así de la racionalidad capitalista que no es ni solidaria ni inclusiva y de la economía pública mayormente capitalismo que no permite la autogestión. Estos emprendimientos buscan llevar a cabo una participación democrática en la vida económica de una sociedad por lo que busca un enlace e integración con las entidades públicas o privadas y es aquí donde se puede encontrar las categorías ubicadas al margen de los sistemas tradicionales” (p.29).

2.2.3.1. Microempresa

Es un término utilizado para diferenciar una empresa por los ingresos mensuales o anuales que posee, además del tamaño este contenido dentro de la categoría de las Pymes.

La microempresa suele ser creada por diversos motivos entre ellos la necesidad de ingresos para subsistir o para encontrar una salida económica a diversas habilidades. También por querer desarrollarse desde la base, es decir se aspira a mediana y/o gran empresa es una persona capaz de levantar una o varias pequeñas microempresas no es solo el dueño, sino que además tiene participación directa microempresarios que no tiene empleados.

Valencia (2007) define “El establecimiento y operación de las microempresas son el resultado del deseo humano de poder satisfacer necesidades de carácter materiales el propietario de una empresa busca lograr una utilidad mediante la fabricación o distribución de productos o realizar algún servicio a su vez la persona que compra busca satisfacer una necesidad o deseo”.

a. Objetivos de la microempresa

Permiten que una organización microempresarial crezca, se desarrolle y se posicione en el medio con estrategia que busque el comercio justo, el respeto de las leyes jurídicas y tributarias, la optimización de recursos y maximización de utilidades en beneficio particular y colectivo. Además, que la microempresa busca un progreso de sus actividades tanto administrativas como operativas, que se planteen metas en pro de la innovación, satisfacción de necesidades y competencia leal que sus ganancias sean gestionadas para su continua y que cada día busque su perfeccionamiento en pro del cliente empleados y colectividad.

Objetivo de comercialización: La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.

Objetivo de innovación: Debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia lo dejara relegada.

Objetivo sobre recursos humanos: Debe determinar objetivos relacionados con el suministro empleo y desarrollo de los recursos humanos.

Objetivos de productividad: Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crear para que la microempresa sobreviva.

Objetivo relacionado con las dimensiones sociales de la microempresa: Debe afrontar responsabilidades sociales por cuanto existe en la sociedad y la comunidad hasta el punto que asume su propia influencia el ambiente.

Objetivo de supervivencia: Le permite obtener de la actividad productiva o de servicios los ingresos para la realización de sus gastos básicos y mantener siempre un capital mínimo necesario para la reposición de materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para elaboración de los productos.

Objetivos de crecimiento: Los resultados de la actividad productiva de la microempresa, permite a sus dueños ir fortaleciendo y creciendo en sus negocios y se refleja en mayores ingresos, mayor rotación de inventarios, mayores demandas de sus productos y consecuentemente mejores niveles de ganancias.

Objetivos de rentabilidad: Obtener ganancias es la acción de la mini organización, se logra si se fortalece las áreas de resultados los mismo que dependerán de las estrategias de cada microempresa.

b. Clasificación de microempresas:

Microempresa de subsistencia:

Actividades micro empresariales primarias en las que no se da el fenómeno de acumulación de capital, usa los ingresos netos para consumo sin mayor reinversión operan a partir de la lógica de producción individual o familiar se realizan a partir de muy bajo recursos, vinculaciones inestables y marginales con el mercado y mínimas posibilidades de generar tipo de excedentes.

Microempresa de expansión:

Se limitan a garantizar la producción y permanencia en el mercado en condiciones de inestabilidad, apoyándose en el esfuerzo individual y produciendo una baja acumulación de capital, pose menos de 10 empleados microempresa de transformación

Microempresa de transformación:

Es el estado en la evolución la pequeña empresa hay un proceso de acumulación de capital más orientado a la incorporación de activos fijos el propio crecimiento le obliga a iniciar la formalización y es común que se produzca la incorporación de trabajadores y se inicie una diferenciación de funciones.

Características de la microempresa

Es necesario aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta.

CARACTERÍSTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	DE 01 HASTA 10	EL MONTO MÁXIMO DE 150 UIT

El dueño se encuentra entre los trabajadores, aunque hay excepciones.

Cuenta con una facturación limitada es decir que no permite fácilmente un crecimiento.

No inciden significativamente en la economía ya sea de su ciudad o nacional.

Se crean con relativa facilidad dependiente del país ya que pueden comenzar desde las ventas de comida en el propio domicilio.

2.2.3.2. Tipos de empresas en el Perú

La legislación peruana contempla diferentes tipos de empresas las mismas que tiene básicamente diferencias por la cantidad de personas que la conforman tipo de actividad que desean realizar y la familia con que puede vender sus acciones o participaciones a terceros. (Ley N° 26887, Perú).

Empresa unipersonal

Mayormente utilizada en pequeños proyectos empresariales cuyas principales fuentes de ingresos son el trabajo y el capital invertido el titular es una persona natural encargada del desarrollo de total la actividad comercial y financiera es decir una persona que, con sus ingresos personales, deberá responder a las deudas que pueda tener la empresa. Con respecto a los tributos las empresas unipersonales se registran en el régimen único simplificado (RUS) (Sing, 2017, p.5).

Empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L)

Tipo de sociedad que permite que una empresa puede iniciar actividades de forma individual, utilizando un RUC y un patrimonio distinto al propio. En una E.I.R.L. la responsabilidad queda limitada al capital que el dueño haya incorporado a la sociedad, quedando totalmente separado el patrimonio de la empresa, del patrimonio personal del titular. Después de creada una empresa individual de responsabilidad limitada, solo podrán ser incorporados nuevos socios si esta se transforma en una sociedad por acciones o una sociedad de responsabilidad limitada

Riquelme (2015) Es el término sencillo, una empresa emprendida por una sola persona ya sea natural o jurídica, que cuenta con las características necesarias para llevar a cabo la dirección de un comercio es conocido como empresa Unipersonal. Este tipo de empresa permite a su propietario realizar diversas actividades de carácter mercantil, como se establece en la ley 222 del año 1995, la cual dice que “una persona natural o jurídica puede conformar una empresa denominada como unipersonal”. Debemos tener bien claro que luego de que una empresa unipersonal es inscrita en el registro mercantil esta pasa a ser reconocida como una persona jurídica y por ende como una empresa, en este caso Unipersonal por ser de un solo dueño.

Sociedad de Responsabilidad Limitada o también conocida como **Sociedad Limitada** (S.L.) es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no responde con el patrimonio personal de los socios, sino al aportado en dicha empresa.

El **capital social** de una Sociedad Limitada no está conformado por acciones. Se presenta como una sociedad de *tipo capitalista* en la que el capital, que estará

dividido en «participaciones» sociales, se integrará por las aportaciones de todos los socios.

Es importante saber que Para la constitución de una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada se requiere de un mínimo de 02 socios y un máximo de 20. **La SRL:** está siendo muy utilizada por pequeños empresarios autónomos, ya que de esta forma limitan su responsabilidad al capital aportado. (Sing, 2017, p.6)

Sociedad anónima (S.A.)

Corresponde a una persona jurídica de derecho privado con naturaleza comercial o mercantil. Se constituye en un solo acto por sus socios fundadores, posee responsabilidad limitada, es decir ninguno de los socios tiene la obligación de responder con su patrimonio a posibles deudas de la empresa. Su capital está representado por acciones nominativas, las cuales se constituyen por el aporte de los socios, que pueden ser bienes monetarios o no monetarios la sociedad puede ser abierta o cerrada. (Sing, 2017, p.6)

Sociedad anónima abierta (S.A.A)

Como su nombre lo indica sus acciones permanecen abiertas y pueden ser adquirida por personas que vean pertinente invertir y así convertirse en socios accionistas. Una sociedad anónima es abierta cuando tiene más de 750 accionistas, cuando más del 35% de sus acciones pertenecen a 175 socios o más y cuando todos sus socios con derechos a voto deciden tomar dicha denominación. (Sing, 2017, p.4)

Sociedad anónima cerrada (S.A.C)

Este tipo de empresa se da cuando el número de sus accionistas no supera las 20 personas y sus acciones no están inscritas en el registro público del mercado de valores. Las acciones permanecerán con los socios de forma permanente.

Sociedad comercial de responsabilidad limitada (S.R.L); (Sing, 2017, p.5)

El capital se divide en participaciones iguales, acumulables, que no pueden ser incorporadas en forma de título valores, ni llamarse acciones los socios no pueden ser más de 20 y no responde con su patrimonio personal por posibles deudas de la empresa.

2.2.3.3. Dimensiones de la capacidad de creación de las microempresas

Las dimensiones son:

a. Aptitudes personales

Según Carreras y Artau (2006) “Refiere a las condiciones psicológicas de una persona que se vinculan con sus capacidades y posibilidades en el ámbito del aprendizaje”

Aptitudes. Habilidades o postura que posee una persona o cosa para efectuar una determinada actividad o la capacidad y destreza que se tiene para el desarrollo y buen desempeño de un negocio, industria, arte, deporte.

Aptitud en psicología:

Se refiere a las destrezas y capacidades ámbito del aprendizaje, comprensión textos y sobre los diversos tipos de razonamiento.

Aptitud en biología: Hace referencia a las características y capacidades que posee un ser vivo para sobrevivir y adaptarse a un medio ambiente particular. Se puede realizar con las teorías de la evolución es decir indica todas aquellas características o circunstancia en las cuales un individuo demuestra sus fortaleza y habilidades para sobreponer ente las adversidades o a los nuevos cambios naturales por diversas razón o factores.

Aptitud física: Es la habilidad o capacidad que posee un ser humano para realizar diferentes actividades físicas con un buen rendimiento y minimizando los afectos de

agotamiento cansancio y debilidad, como consecuencia del buen funcionamiento del organismo.

Aptitud verbal: Es la capacidad de percibir o comprender razón, reaccionar oraciones y texto. Está asociada a la capacidad cognitiva del individuo y a los conocimientos adquiridos a través del aprendizaje y la inteligencia.

Aptitud y actitud: Señala la manera en la cual se afrontan diversas circunstancias del día a día la actitud se relaciona con la educación, la cultura la sociedad en la cual se desenvuelve un individuo.

Para emprender un negocio con éxito, es importante que desarrolles varias características y habilidades, y una de estas es la de “Actitud Positiva”, la cual te ayudará a ganar la simpatía de las personas con las que haces negocio o colaboran contigo.

b. Proyecto de creación

Proyecto. el termino proyecto pese a ser de uso común, puede tomar significados diferentes y no siempre se emplea en el mismo sentido. La palabra proviene del latín projectus, que a su vez deriva de projicere que significa dirigir algo o alguna cosa hacia delante de aquí que entre sus acepciones encontremos que proyecto se refiere a un esquema, programa o plan que se antes de dar forma definitiva a algo o alguna cosa. Un proyecto es una intervención deliberada y planificada por parte de una persona o ente que desea generar cambios favorables en una situación determinada, es el conjunto de actividades concretas interrelacionadas y coordinadas entre sí que se realiza con fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas.

Un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente idea, inversión, metodología o tecnología por aplicar al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas una necesidad humana en todos sus alcances, alimentación, salud, viviendas, educación, cultura, defensa, visión de vida, economía, política, etc. Todo proyecto presenta las siguientes etapas o ciclo de vida, identificación y diagnóstico, formulación y diseño, ejecución, evolución, y resultados y efectos.

2.2.3.4. Pasos para la formalización de una Microempresa:

Paso 1. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos:

En primer lugar, necesitamos un nombre para la empresa que deseamos crear, no puede ser nombres de empresas ya creadas, debemos acudir a la Oficina de Registros Públicos, en este caso la SUNARP, y verificar que no exista en el mercado un nombre o razón social igual al que queremos para nuestra empresa. Vamos a tener que llenar los formularios respectivos y luego tenemos que hacer la reserva de nombre de empresa. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Este paso solo lo deben seguir las Personas Jurídicas. Debes de acudir a la Oficina de Registros Públicos y verificar que no exista ya registrado el nombre o razón social que queremos para nuestra empresa. Una vez realizada la búsqueda y confirmado que no existe el nombre, podemos hacer la reserva de la misma para que otra empresa no pueda inscribirse con el mismo. Dicha reserva tiene una duración de 90 días. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 2. Elaboración de la minuta:

Este paso también es realizado solo por la Persona Jurídica. Este documento debe contener la declaración de voluntad de construir una empresa, la cual debe estar

firmada por un abogado. En el documento se tiene que declarar el tipo de empresa a formalizar, su ubicación, el tiempo de duración, datos de los socios, los estatutos. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 3. Elevación de la minuta a la Escritura Pública:

Como en los pasos anteriores, esta debe ser hecha por la Persona Jurídica. Una vez redactada la minuta, esta debe ser enviada ante un notario público para que la revise. El documento debe de estar acompañado por el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa, un inventario detallado de los bienes y un certificado de la Oficina de Registros Públicos donde no existe otro nombre igual al que se registrará. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 4. Inscribir escritura pública en Registro Públicos:

Este paso solo será para las Personas Jurídicas. Una vez realizada la escritura pública, el notario llevará el documento a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 5. Obtención del número de RUC:

Para obtener el RUC es necesario ir a la SUNAT para iniciar el registro. Dicha entidad es la encargada de administrar, fiscalizar y recaudar los tributos que dará la empresa durante su funcionamiento. El RUC es necesario para cualquier gestión que se haga en la SUNAT y es de uso exclusivo del titular que lo pidió. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 6. Elegir régimen tributario:

La elección del régimen tributario también se hace en la sede de la SUNAT

REGISTRO ÚNICO SIMPLIFICADO (RUS) este régimen elegirás Si inicias un pequeño negocio como una bodega, puesto de mercado, zapatería, bazar, pequeño

restaurante, juguería, peluquería, entre otros y solamente emitirás Boletas de Venta, te conviene acogerte a este régimen.

Ventajas:

- No llevas registros contables.
- Sólo efectúas un pago único mensual.
- No estás obligado a presentar declaraciones mensuales ni anuales.

Si tus compras o ingresos mensuales superan los S/. 8000.00, o tus ingresos anuales superan los S/ 96,000 deberás cambiar de régimen. (p.5)

RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO (RMT)

Si tu negocio creció un poco más y requieres entregar facturas a tus clientes, te conviene elegir este régimen, ya que fue creado especialmente para las Micro y Pequeñas empresas (MYPE), con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Uno de los requisitos para estar en este régimen es que tus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable.

Ventajas:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas
- Posibilidad de suspender los pagos a cuenta.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago autorizados por la SUNAT.
- Llevar únicamente: Registro de Venta, Registro de Compras y Libro Diario

Formato Simplificado. (p.5)

RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA (RER)

En este régimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que obtengan rentas provenientes de actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo y actividades de servicios.

Ventajas:

- Sólo llevas dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas).
- Sólo presentas declaraciones mensuales.
- No estás obligado a presentar declaraciones anuales.

Si tus ingresos anuales superan los S/ 525,000 deberás cambiar de régimen. (p.5)

RÉGIMEN GENERAL (RG)

En este régimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas jurídicas que desarrollan actividades que constituyan negocio habitual, tales como las comerciales, industriales y mineras; la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; la prestación de servicios comerciales, financieros, industriales, transportes, etc. También se encuentran los agentes mediadores de comercio, tales como corredores de seguros y comisionistas mercantiles, los Notarios, las asociaciones de cualquier profesión, arte, ciencia u oficio.

Ventajas:

- Puedes desarrollar cualquier actividad sin límite de ingresos.
- Puedes emitir todo tipo de comprobantes de pago.
- En caso se tengan pérdidas económicas en un año, se pueden descontar de las utilidades de los años posteriores, pudiendo llegar al caso de no pagar Impuesto a la Renta de Regularización.

Emprendedor, acogerte a un régimen te permitirá acceder a financiamiento y líneas de crédito, contratar con empresas como proveedor o brindarle servicios al Estado. Ya lo sabes, infórmate y pon en marcha tu emprendimiento. (p.5)

Paso 7. Comprar y legalizar libros contables:

Es necesaria la compra de libros contables según el régimen tributario escogido, el cual tiene que ser llevado a la notaria para que sean legalizados por un notario. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 8. Inscribir trabajadores en EsSalud:

Los trabajadores de la empresa deberán ser registrados al Seguro Social de Salud mediante un formulario que se puede obtener en la SUNAT. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

Paso 9. Solicitud de licencia municipal:

Este sería el último paso para formalizar correctamente tu empresa. Debes acudir a la municipalidad del distrito en donde estará ubicada tu empresa. Los documentos que tienes que llevar a la municipalidad son una fotocopia del RUC, el certificado de zonificación, el contrato de alquiler o del título de propiedad del local, una copia de la escritura pública, recibo de pago por derecho de licencia y el formulario de solicitud. (Escalante Ramos, 2018, p.5)

2.3. Marco conceptual

Actitud emprendedora empresarial. Es luchar por tus sueños e ideas de negocio, es tener curiosidad e investigar el funcionamiento de los negocios, es tener iniciativa y ser proactivo, es no esperar órdenes ni se apegarse a lo tradicional, es ser responsable preocuparse por cumplir los compromisos, es ser perseverante, creativo y tener disciplina para cualquier negocio o proyecto empresarial

Necesidad de logro. La necesidad de logro fue definida como un deseo de alcanzar el éxito de sus objetivos, metas sueños, La persona que tiene elevada necesidad de logro se esfuerza por hacer un buen papel en cualquier situación en que se le ponga a prueba.

Necesidad de poder autoridad. Comprendemos entonces, que el poder es la capacidad de forzar a alguien, para que éste, aunque preferiría no hacerla, haga nuestra voluntad debido a nuestra posición o fuerza, mientras que la autoridad es el arte de conseguir que la gente haga voluntariamente lo que uno quiere debido a su influencia personal.

Necesidad de asociación. La necesidad de la asociación nace cuando un grupo de personas, familiares, afectados u otros, se organiza para auto ayudarse y apoyarse, porque saben que juntos, uniendo sus fuerzas conseguirán mucho más que actuando individualmente; asimismo podremos decir que las organizaciones se asocian por la necesidad de sacar a flote o a la cima su empresa.

Aptitud. Aigner (2007) define “Permite a una persona enfrentarse a todas las adversidades que puedan tener durante su vida. Esta actitud que presenta la persona ante ciertos conflictos que se le puedan generar, es lo que tiende a marcar la diferencia ante otras personas, que pueden no tener la misma respuesta”.

Aptitud personal. La aptitud personal, se encuentra asociada a la habilidad natural del sujeto, a los conocimientos que adquieren a partir del aprendizaje y a aquello que se conoce como inteligencia.

Proyecto. Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. De estos conceptos, se evidencia que la razón de un proyecto es alcanzar resultados o metas específicas dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente, y un lapso de tiempo previamente definido.

Proyecto de creación. Este documento es el producto de un estudio que debe servir para madurar y concretar ideas, para mejorar sus resultados, y para que se pueda hacer una evaluación y control de las desviaciones que posteriormente se produzcan.

CAPITULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

- Existe una relación directa y significativa entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

3.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación directa y significativa entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016
- Existe una relación directa y significativa entre la necesidad de poder y autoridad y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016
- Existe una relación directa y significativa entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del

Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa
Provincia de Satipo 2016.

3.3. Variables

3.3.1. Identificación de variables

Variable (V₁)

Actitud emprendedora empresarial

- Necesidad de logro
- Necesidad de poder y autoridad
- Necesidad de asociación o afiliación

Variable (V₂)

Capacidad de creación de microempresas

- Aptitudes personales
- El proyecto de creación

3.4. Operacionalización de las Variables.

VARIABLE	Definición conceptual	Definición operacional	DIMENSIONES	INDICADORES	Nivel de medición
Actitud Emprendedora Empresarial	Según Luis (2010) “se enfocan en un nuevo pensamiento productivo, donde la solidaridad y ayuda son el sostén del funcionamiento de las iniciativas, no así de la racionalidad capitalista que no es ni solidaria ni inclusiva y de la economía pública mayormente capitalismo que no permite la autogestión. Estos emprendimientos buscan llevar a cabo una participación democrática en la vida económica de una sociedad por lo que busca un enlace e integración con las entidades públicas o privadas y es aquí donde se puede encontrar las categorías ubicadas al margen de los sistemas tradicionales” (p.29)	Actitud para emprender que muestran los estudiantes del instituto de educación superior tecnológico público San Martín de Pangoa teniendo las dimensiones, necesidad de logro, necesidad de poder y autoridad, necesidad de asociación o afiliación	Necesidad de logro (n. LOG)	Está motivado por llevar a cabo algo difícil.	Ordinal
				Enfrenta situaciones difíciles.	
				Logra superar situaciones difíciles.	
				Se establece retos para enfrentarlos.	
				Desafía sus propias metas.	
				Logra avanzar en el trabajo.	
				Tiene necesidad de retroalimentarse.	
				Busca retroalimentarse en su progreso.	
				Tiene necesidad de sentirse dotado.	
				Busca la realización profesional.	
				Se siente gratificado por sus logros.	
			Muestra talento en su labor.		
			Necesidad de poder y autoridad (n.POD)	Está motivado por obtener la autoridad	
				Busca conservar autoridad	
				Tiene deseo de influir en otras personas	
				Muestra deseo de adiestrar a otras personas	
				Busca enseñar a otras personas	
				Motiva a otras personas a conseguir logros	
				Su modo de comportarse lo conduce a ser fluyente	
				Su comportamiento lo hace efectivo	
			3.Necesidad de asociación o afiliación (n.ASO)	Está motivado por afiliación	
Tiene necesidad de tener relaciones amigables					
Busca interactuar con otras personas y colegas de trabajo					
Se siente respaldado por la ayuda de los demás					
Obtiene respeto de otras personas					
Se integra a trabajos en equipo					

Operacionalización de la variable: Capacidad de creación de microempresas emprendedoras

Elaboración Propia

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel De Medición
Capacidad de creación de microempresas	Carreras y Artau (2012) “se enfocan en un nuevo pensamiento productivo, donde la solidaridad y ayuda son el sostén del funcionamiento de las iniciativas, no así de la racionalidad capitalista que no es ni solidaria ni inclusiva y de la economía pública mayormente capitalismo que no permite la autogestión	Persona que tiene la capacidad de crear microempresas que permitan llevar adelante el desarrollo de la sociedad.	Aptitudes personales	<ul style="list-style-type: none"> • Anticipación de hechos • Interés por lo nuevo • Persona vitalista y enérgica • Adaptación a cambios • Enfrentamiento de retos • Motivación para hacer frente a riesgos • Asunción de fracasos • Metódica y autodisciplina • Comunicación • Visión de futuro • Planificación • Estimación de gastos • Dirección eficaz • Terminación de labores • Cumplimiento de plazos • Dirección y trabajo en equipo • Designación y orden de tareas • Administración e inversión de recursos 	Ordinal
			El proyecto de creación	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación del proyecto • Contactos e ideas • Ofertas y venta de productos • Consumo y contraste de ideas • Proyecto en marcha • Comercialización y mercado • Competencia y satisfacción de necesidades • Calidad fundamental • Reconducción de la actividad 	

Elaboración Propia

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

Como método general se ha utilizado el método científico, dicho método consiste en la recopilación de hechos acerca de la variable actitud emprendedora empresarial cuyas dimensiones son necesidad de logro, necesidad de poder y autoridad, Necesidad de asociación o afiliación, y la variable capacidad de creación de microempresas con las dimensiones aptitudes personales, el proyecto de creación.

Por otro lado, como método específico se ha utilizado el hipotético deductivo.

Para Mejia (2008) “El método hipotético deductivo es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica y tiene varios pasos esenciales”. “Observación del fenómeno a estudiar, creación de una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos en la experiencia.”

4.2. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo Teórico porque permite sistematizar conocimiento Bunge, M. (2009) sobre la calidad de servicio.

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “Cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

Mejía (2008) “La investigación cuantitativa se realiza cuando el investigador mide las variables y expresa los resultados de la medición en valores numéricos”

4.3. Nivel de investigación

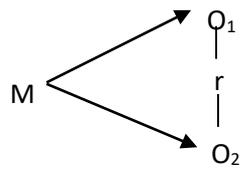
El nivel de investigación es descriptivo, porque describe la variable en estudio (Bunge, 2009).

4.4. Diseño de investigación

Para Andeger (1989) El diseño de la investigación es la ordenación de los elementos o partes básicas (materiales o conceptuales) requeridos para la producción de cualquier objeto o estructura es el esbozo, esquema, prototipo modelo que indica el conjunto de decisiones, pasos y actividades a realizar para guiar el curso de una investigación.

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “Diseño: Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento”.

Hernández, Fernández, & Baptista (2010); definen al diseño como una estructura una organización esquematizada que adopta el investigador para explicar y controlar las variables del estudio. Por lo tanto, el diseño de la investigación es descriptivo, correlacional y transversal. Su esquema es:



Dónde:

M= Muestra: estudiantes del instituto

r= Es la relación que existe entre las dos variables

O1= Variable 1:

O2= Variable 2

4.5. Población y Muestra

A POBLACIÓN.

Según Rodríguez (2007) “Es el conjunto de todos los individuos, objetos observaciones que poseen algunas características observables comunes una población puede clasificarse como finita o infinita” (p.23).

La población estuvo conformada por 200 estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa.

B Muestra.

La muestra es una parte un sub conjunto de una población de estudio. La muestra está constituida de elementos seleccionados de una manera deliberada, con el objeto de investigar las propiedades de su población. La muestra sólo da información de aquella población de la que ha sido extraída. (Ándeger, 2001).

La muestra se calculó con la fórmula de la población finita

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot (200) \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{0.05^2(200 - 1) + 1.96^2 \cdot (0.5)(0.5)}$$

$$n = 140$$

La Muestra de este estudio estará conformada por 140 estudiantes.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

A Técnicas

Las principales técnicas que se utilizará para desarrollar el trabajo de investigación serán:

Encuesta: Para recoger la información sobre elementos de la actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas.

Estadística: Aplicado para el análisis de las encuestas realizadas.

B. Instrumentos

Los instrumentos serán:

Cuestionario: Los ítems estarán relacionados tanto a la variable actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas para luego sistematizarlos mediante la técnica estadística. La validez y la confiabilidad del cuestionario.

4.7. Técnicas y procesamiento y análisis de datos

Una vez que los datos se hayan codificado, transferido a una matriz, guardado en un archivo y “limpiado” los errores, el investigador procede a analizarlos.

En la actualidad el análisis cuantitativo de los datos se llevó a cabo por computadora u ordenador. Ya casi nadie lo hace de forma manual ni aplicando formulas en especial si hay un volumen considerable de datos. (Hernández; 2016).

Para el trabajo de campo referido a la recopilación de datos, se han consignado los instrumentos. El primero (ver anexo 3), consiste en un cuestionario que mide la actitud emprendedora empresarial de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa de la provincia de Satipo. El otro instrumento (ver anexo 4) es un cuestionario de autoevaluación personal para determinar la capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa de la provincia de Satipo. Los instrumentos fueron adecuados por la autora.

Descripción 01: El cuestionario mide la variable: Actitud emprendedora empresarial de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa de la provincia de Satipo. Mide las siguientes dimensiones Necesidad de logro, Necesidad de poder y autoridad, y necesidad de asociación o afiliación. Contiene 30 items con la escala tipo Likert. Teniendo el siguiente orden.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4

Validez:

El instrumento ha sido validado mediante juicio de expertos y se tiene los siguientes resultados:

Cuadro N° 01

Validación por expertos para el análisis de variable actitud emprendedora empresarial

Experto	Grado	Valoración
Raúl De La Cruz Sullca	Magister	87.72
Percy Tito López	Magister	83.63
Fernando M. Lapa Lara	Magister	85.45
Pool Eddy Colonio Lahura	Magister	85.5
Media aritmética		85.58

Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, la validación por expertos dio como resultados 85.58 puntos, calificándolo como óptimo, por lo que se procedió a aplicar el instrumento de investigación.

Confiabilidad:

Confiabilidad. Se estima que un instrumento de medición es confiable cuando permite determinar que el mismo, mide lo que el investigador quiere medir, y que, aplicado varias veces, replique el mismo resultado.

Hernández, Fernández, & Baptista (2012), indican que: “la confiabilidad de un instrumento de medición, se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados”.

Por tanto, para la confiabilidad del instrumento se aplicó una prueba piloto a 40 estudiantes de la muestra luego se codificó y se procesó los datos con el coeficiente Alfa de Cronbach en el programa SPSS. versión 24 para luego interpretar según el baremo siguiente:

Cuadro N° 02

Baremo para el análisis de variable actitud emprendedora empresarial

RANGOS			NIVELES
0,81	a	1,00	Muy alta
0,61	a	0,80	Alta
0,41	a	0,60	Moderada
0,21	a	0,40	Baja
0,01	a	0,20	Muy baja

Fuente: Instrumentos de investigación. Ruiz Bolívar, C. (2002).

Ahora procediendo con la corrida de los datos del SPSS 23 tenemos:

Cuadro N° 03

Resumen de procesamiento de casos de variable actitud emprendedora empresarial

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	40	100,0

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

Cuadro N° 04

Estadística de confiabilidad de la variable actitud emprendedora empresarial

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,905	0,933	30

Como se muestra en los resultados el coeficiente de confiabilidad de Alfa Cronbach es de 0,933; pues significa que el instrumento tiene una muy alta confiabilidad

BAREMOS

La baremación para efectos de interpretación de los resultados de la variable de investigación pensamiento creativo, y sus dimensiones se presenta con la finalidad de poder interpretar y ubicar las puntuaciones respectivas.

Cuadro N° 05

Baremo para el análisis de variables pensamiento creativo

Niveles	Intervalos	Unidad de medida
Nivel alto	90 – 120	Puntos
Nivel mediano	60 – 90	Puntos
Nivel bajo	30 – 60	Puntos

Fuente: elaboración propia.

Cuadro N° 06

Baremo para el análisis de la dimensión necesidad de logro

Niveles	Intervalos	Unidad de medida
Nivel alto	36 – 40	Puntos
Nivel mediano	24 – 36	Puntos
Nivel bajo	12 – 24	Puntos

Fuente: elaboración propia

Cuadro N° 07

Baremo para el análisis de la dimensión necesidad de poder y autoridad

Niveles	Intervalos	Unidad de medida
Nivel alto	90 – 120	Puntos
Nivel mediano	60 – 90	Puntos
Nivel bajo	30 – 60	Puntos

Fuente: elaboración propia

Cuadro N° 08

Baremo para el análisis de la dimensión de necesidad de asociación o filiación

Niveles	Intervalos	Unidad de medida
Nivel alto	18 – 24	Puntos
Nivel mediano	12 – 18	Puntos
Nivel bajo	6 – 12	Puntos

Fuente: elaboración propia

Descripción 02: El cuestionario mide la variable: Capacidad de creación de las microempresas en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa de la provincia de Satipo. Mide las siguientes dimensiones aptitudes personales, el proyecto de creación. Contiene 35 ítems con la escala tipo Likert. Teniendo el siguiente orden.

Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	De acuerdo 3	Totalmente de acuerdo 4
-------------------------------	--------------------	-----------------	----------------------------

Validez:

El instrumento ha sido validado mediante juicio de expertos y se tiene los siguientes resultados:

Cuadro N° 09

Validación por expertos para el análisis de variable capacidad de creación de microempresas

Experto	Grado	Valoración
Raúl De La Cruz Sullca	Magister	85.45
Percy Tito López	Magister	85.45
Fernando M. Lapa Lara	Magister	85.50
Pool E. Colonio Lahura	Magister	83.18
Media aritmética		84.9

Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, la validación por expertos dio como resultados 84.9 puntos. calificándolo como óptimo, por lo que se procedió a aplicar el instrumento de investigación

Confiabilidad:

Para la confiabilidad del instrumento se aplicó una prueba piloto a 40 estudiantes de la muestra luego se codificó y se procesó los datos con el coeficiente Alfa de Cronbach en el programa SPSS. versión 23 para luego interpretar según el baremo siguiente:

Cuadro N° 10

Baremo para el análisis de variables

RANGOS			NIVELES
0,81	a	1,00	Muy alta
0,61	a	0,80	Alta
0,41	a	0,60	Moderada
0,21	a	0,40	Baja
0,01	a	0,20	Muy baja

Fuente: Instrumentos de investigación. Ruiz Bolívar, C. (2002).

Ahora procediendo con la corrida de los datos del Spss 23 tenemos:

Cuadro N° 11

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido	0	0,0
	Total	40	100,0

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

Cuadro N° 12

Estadística de confiabilidad de la variable pensamiento creativo

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,942	0,945	35

Como se muestra en los resultados el coeficiente de confiabilidad de Alfa Cronbach es de 0,933; pues significa que los instrumentos tienen una muy alta confiabilidad

BAREMOS

La baremación para efectos de interpretación de los resultados de la variable de investigación se efectúa de acuerdo al valor del índice multiplicando por el número de ítems por cada dimensión de las variables propiamente. Así, se tiene.

Cuadro N° 13

Baremo para el análisis de variable capacidad de creación

Niveles	Intervalos	Unidad de medida
Nivel alto	90 – 120	Puntos
Nivel mediano	60 – 90	Puntos
Nivel bajo	30 – 60	Puntos

4.8. Aspectos éticos de la investigación

La Relación con el público: Los informes objetivos que presentemos deben ser sencillos y fáciles de comprender, teniendo justificación razonable de las decisiones que se adopten, así mismo estar en capacitación constante a fin de desarrollar proyectos innovadores y útiles a la sociedad.

La Competencia y Perfeccionamiento: Podremos desarrollar trabajos en el campo de la administración cuando se cuente con el conocimiento y la experiencia necesaria, caso contrario como administradores debemos estar en la constante actualización de los temas según nuestros campos de estudio, asistiendo a cursos, seminarios, congresos, diplomados, etc.

El ejercicio profesional: Podremos hacer la publicidad de nuestros servicios profesionales de manera verídica, pudiendo mencionar los lugares de donde hayamos prestado nuestros servicios o donde actualmente estamos laborando

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para desarrollar la investigación se realizaron los siguientes procedimientos

- a) Se identificaron las variables
- b) Se han realizado las siguientes operacionalizaciones de las variables
- c) Los instrumentos fueron validados por los expertos
- d) La confiabilidad del instrumento con alfa de Cronbach
- e) Las autorizaciones correspondientes fueron presentadas a la institución para la respectiva aceptación
- f) La aplicación del instrumento se realizó durante 20 minutos, sin ningún problema
- g) Se realizan los cálculos de la estadística inferencial.
- h) Se establecen las correlaciones entre las variables independientes y dependientes.
- i) Se calculan la significancia de dichas correlaciones.
- j) Se diseña un modelo de toma de decisión con respecto a la contratación de los datos con las hipótesis.
- k) Se toma la decisión aplicando el modelo diseñado.

- 1) Se redactan las conclusiones en base lo aceptado o negado en la toma de decisión.

5.2. Descripción de resultados

En el presente capítulo paso a presentar y describir os resultados, Iniciaré con la variable Actitud emprendedora empresarial, la misma que consta de dimensiones: Necesidad de logro (n.LOG) Necesidad de poder y autoridad (N.POD) y necesidad de asociación o afiliación (N. ASO).

Tabla N° 01

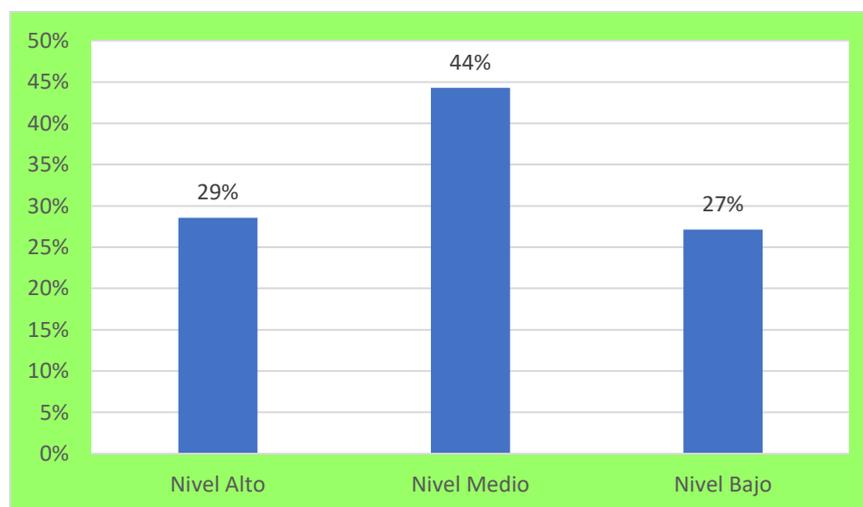
Actitud emprendedora empresarial en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	40	29%
Nivel Medio	62	44%
Nivel Bajo	38	27%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 01

Actitud emprendedora empresarial en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.



Fuente: Tabla N° 01

Los resultados de la investigación reportaron que el 29% (40) estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016 presentó un nivel alto en su dimensión necesidad de logro, el 44% (62) estudiantes presento un nivel medio y el 27% (38) estudiantes presentó el nivel bajo, esto indica

que la gran mayoría de estudiantes están motivados y tienen actitud emprendedora empresarial de nivel medio con un nivel alto en cuanto a esta dimensión.

Tabla N° 02

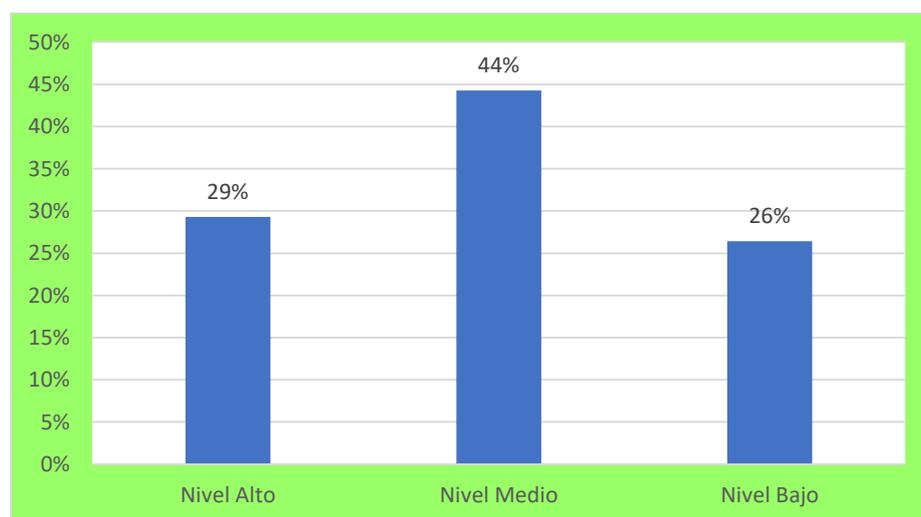
Necesidad de logro en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	41	29%
Nivel Medio	62	44%
Nivel Bajo	37	26%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 02

Necesidad de logro en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016



Fuente: Tabla N° 02

Los resultados de la investigación reportaron que el 29% (41) estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo

2016 presentó un nivel medio con tendencia al nivel alto del 29% (41), mientras el 26% (37) estudiantes tuvieron un nivel bajo en cuanto a la necesidad de logro. Por lo tanto, los estudiantes poseen la necesidad de logro que conlleva a imponerse elevadas metas a alcanzar, Tienen una gran necesidad de ejecución que en su formación como estudiante aceptan responsabilidades para realizar trabajos a futuro.

Tabla N° 03

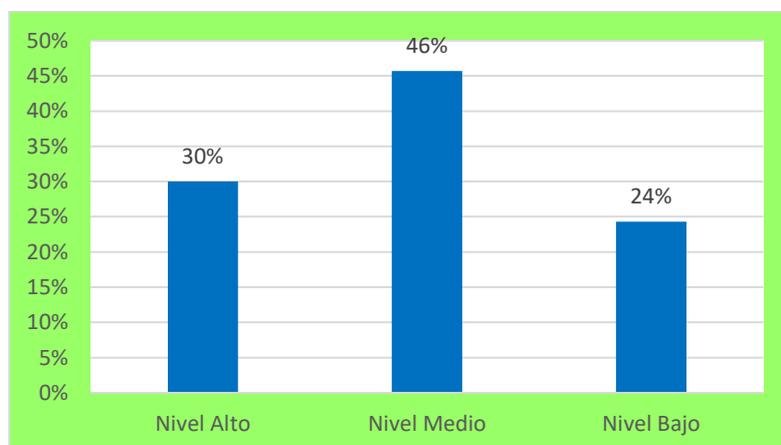
Necesidad de poder y autoridad en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	42	30%
Nivel Medio	64	46%
Nivel Bajo	34	24%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 03

Necesidad de poder y autoridad en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016



Fuente: Tabla N° 03

En la tabla N° 03 respecto a la dimensión necesidad de poder y autoridad, los resultados de la investigación reportaron que el 30% (42) estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016 presentaron un nivel alto con una inclinación al nivel medio de 46% (64) estudiantes. En el nivel bajo se encuentra comprendido el 24% (34) estudiantes que se encuentra en un inicio. Finalmente podemos afirmar que la gran mayoría de los estudiantes del instituto se encuentran el nivel medio y alto esto significa promueve a otras personas o grupos la mentalidad política, sus ideas y tienen el control de sí mismo.

Tabla N° 04

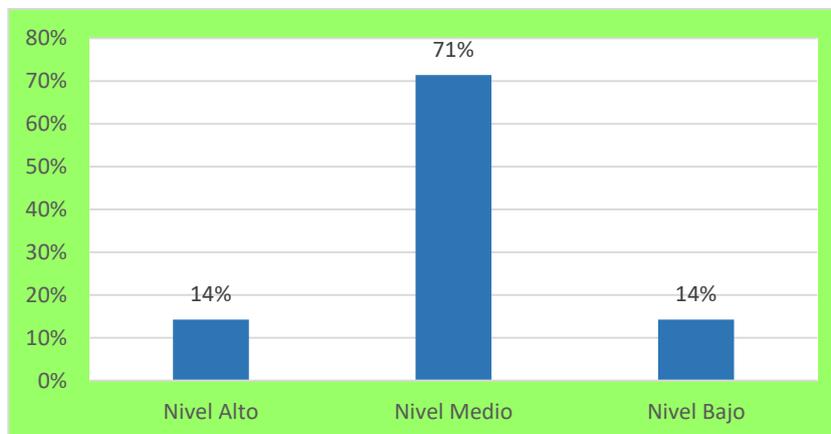
Necesidad de asociación o filiación en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	20	14%
Nivel Medio	100	71%
Nivel Bajo	20	14%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 04

Necesidad de asociación o filiación en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016



Fuente: Tabla N° 04

En la tabla N° 04 respecto a la dimensión necesidad de asociación o filiación, se ha realizado la encuesta a los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. El 71% (100) estudiantes respondieron estar en el nivel medio con una inclinación del nivel alto del 14%(20) estudiantes, el 14% de los estudiantes se encuentran en el nivel bajo respecto a la dimensión de necesidad de asociación o filiación.

Los estudiantes del instituto se sienten formar parte del grupo, se esfuerzan por tener un contacto con los demás es decir se sienten bien en trabajar en equipo lo cual es muy importante para conformar una empresa.

Tabla N° 05

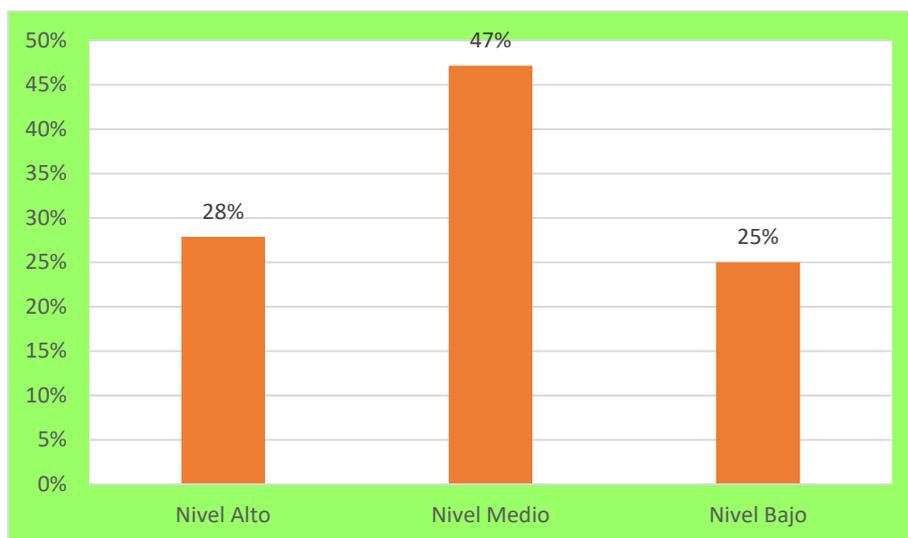
Capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	39	28%
Nivel Medio	66	47%
Nivel Bajo	35	25%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 05

Capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016



Fuente: Tabla N° 05

Los datos que se muestran en la tabla N° 05 respecto a la variable capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. El 47% (66) estudiantes respondieron estar en el nivel medio con una inclinación del nivel alto del 28%(39) estudiantes, el 25% de los estudiantes se encuentran en el nivel bajo respecto a la capacidad de creación de microempresas. Esto significa que la mayoría de los estudiantes tienen aptitudes personales y conocen de proyectos de creación de microempresas.

Tabla N° 06

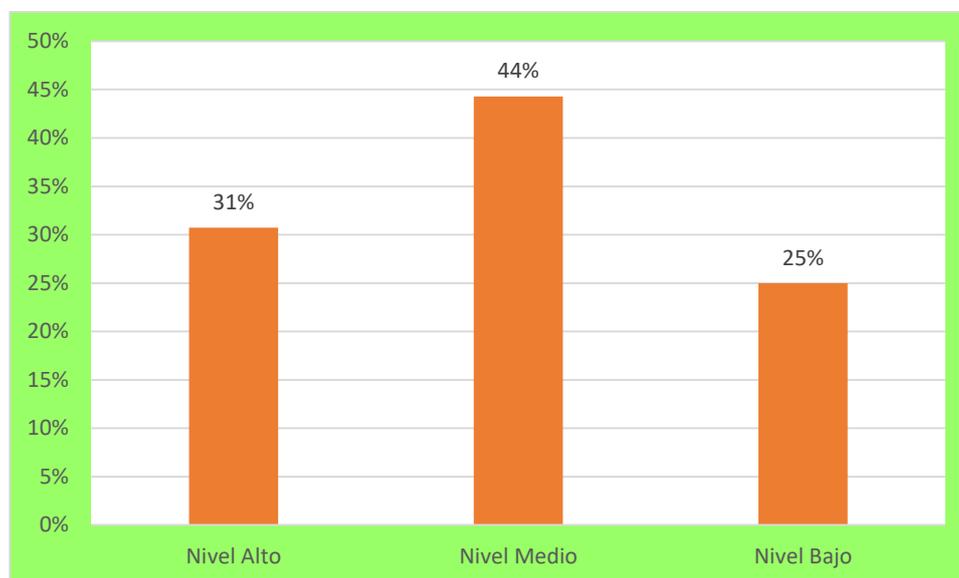
**Aptitudes personales en los estudiantes del Instituto de Educación Superior
Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	43	31%
Nivel Medio	62	44%
Nivel Bajo	35	25%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 06

**Aptitudes personales en los estudiantes del Instituto de Educación Superior
Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016**



Fuente: Tabla N° 06

Respecto a la dimensión sobre aptitudes personales, se observó en la tabla N° 06, el 44% (62) respondió de nivel medio, el 31% (43) respondió nivel alto, significa que los estudiantes en su mayoría tienen aptitudes personales de crear una m microempresa, con esta dimensión sabemos que al culminar su carrera los estudiantes van a concretizar y tener una microempresa.

Tabla N° 07

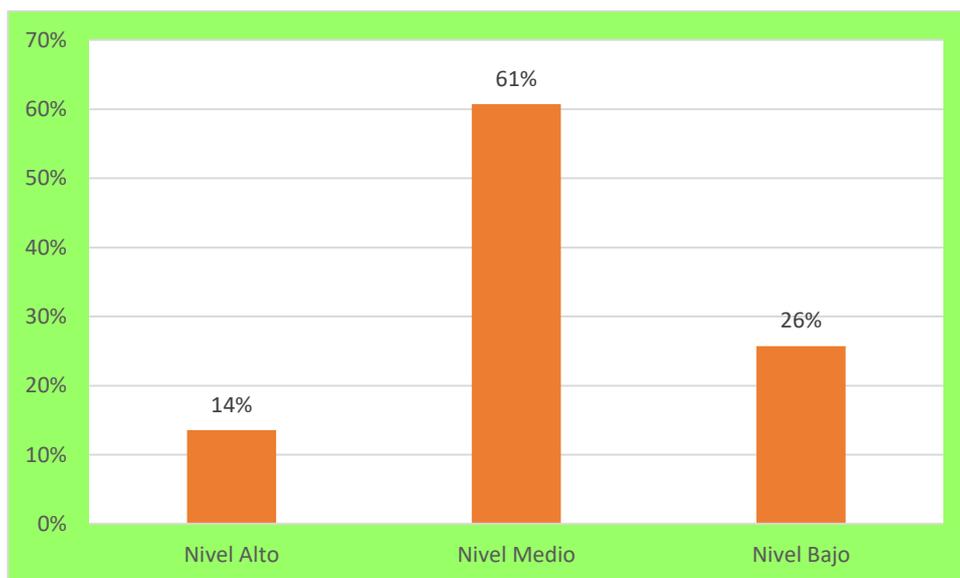
El proyecto de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nivel Alto	19	14%
Nivel Medio	85	61%
Nivel Bajo	36	26%
Total	140	100%

Fuente: Encuesta realizado a los estudiantes I.E.S.T.P. "San Martín" Pangoa

Figura N° 07

El proyecto de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016



Fuente: Tabla N° 07

Respecto a la dimensión sobre el proyecto de creación, se observó en la tabla N° 07, el 61% (85) respondió de nivel medio, el 14% (19) respondió nivel alto, significa que los estudiantes en su mayoría conocen sobre los pasos para crear una microempresa o de constituirse formalmente.

5.3. Contratación de hipótesis

Contratación de las Hipótesis General de correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H_0) y la Hipótesis Alternativa (H_1):

Hipótesis Nula (H_0): No existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Hipótesis Alternativa (H_1): Existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de Kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el SPSS V.23

Tabla N° 08

Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

			Actitud emprendedora empresarial	Capacidad de creación de microempresas
Tau_b de Kendall	Actitud emprendedora empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,754**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Capacidad de creación de microempresas	Coefficiente de correlación	,754**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

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

Valor de “Tau-b” calculado = 0,754

Valor de P = 0.000

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H_0 y se acepta H_1

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresa en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

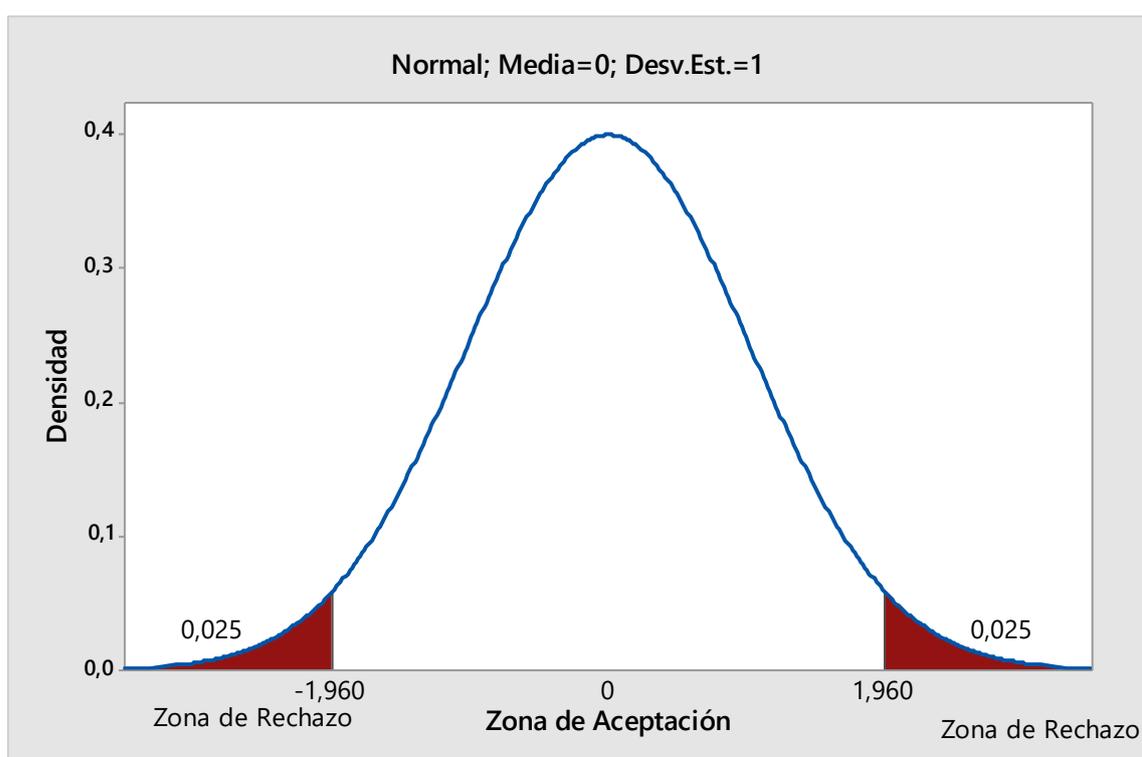
Como el coeficiente del “Tau_b” =0. 754 se encuentra en entre los intervalos de 0.60 y 0.79 este resultado nos indica que entre la actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresa existe una buena correlación.

Además:

Z encontrada:

Nivel de Significancia $\alpha= 0.05$

Z crítico = 1,960



Aceptar H_0 si $z_c < 1,960$

Rechazar H_0 si $z_c > 1,960$

Cálculo del estadístico de prueba:

Índice de correlación:

$$Z = \frac{t}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$
$$Z = \frac{0,754}{\sqrt{\frac{2(2(140) + 5)}{9(140)(140 - 1)}}}$$

$$Z = 13,21680829$$

Decisión Estadística:

Siendo que la z_c es mayor que la $z_{crítica}$ ($13,217 > 1,96$) en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

Paso 6: Decisión:

Existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Mientras mayor es la actitud emprendedora empresarial es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.754$

5.3.2. *Contrastación de las Hipótesis Específica 01; de correlación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016*

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H_0) y la Hipótesis Alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0): No existe correlación entre la Necesidad e logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Hipótesis Alternativa (H₁): Existe correlación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de Kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Tabla N° 09

Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre la necesidad de logro y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

			Necesidad de logro	Capacidad de creación de microempresas
Tau_b de Kendall	Necesidad de logro	Coefficiente de correlación	1,000	,595**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Capacidad de creación de microempresas	Coefficiente de correlación	,595**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

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

Valor de “Tau-b” calculado = 0,595=0,60

Valor de P = 0.000

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H₀ y se acepta H₁

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la necesidad de logro y capacidad de creación de microempresa en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

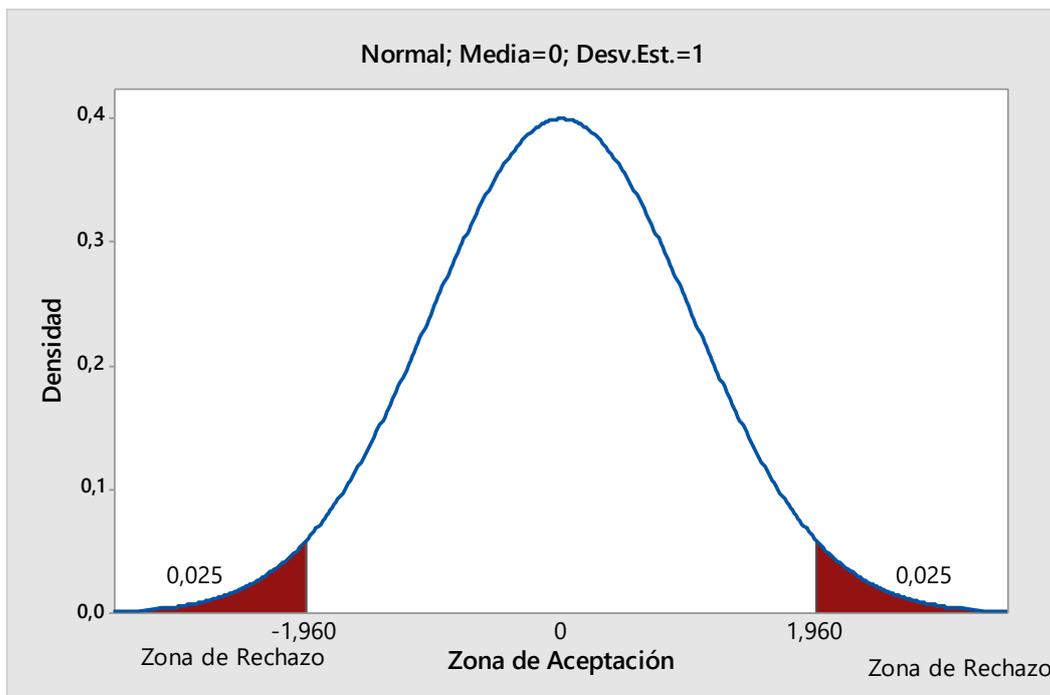
Como el coeficiente del “Tau_b” = 0.60 se encuentra en entre los intervalos de 0.60 y 0.79 este resultado nos indica que entre la necesidad de logro y capacidad de creación de microempresa existe una buena correlación.

Además:

Z encontrada:

Nivel de Significancia $\alpha = 0.05$

Z crítico = 1,960



Aceptar H_0 si $z_c < 1,960$

Rechazar H_0 si $z_c > 1,960$

Cálculo del estadístico de prueba:

Índice de correlación:

$$Z = \frac{t}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

$$Z = \frac{0,595}{\sqrt{\frac{2(2(140) + 5)}{9(140)(140 - 1)}}}$$

$$Z = 10,42970946$$

Decisión Estadística:

Siendo que la z_c es mayor que la $z_{crítica}$ ($10,43 > 1,96$) en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

Paso 6: Decisión:

Existe correlación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Mientras mayor es la necesidad de logro es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.60$.

5.3.3. *Contrastación de las Hipótesis Específico 02; de correlación entre la necesidad de poder y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016*

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H_0) y la Hipótesis Alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0): No existe correlación entre la necesidad de poder y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Hipótesis Alterna (H₁): Existe correlación entre la necesidad de poder y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de Kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Tabla N° 10

Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre la necesidad de poder y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

		Necesidad de poder y autoridad	Capacidad de creación de microempresas
Tau_b de Kendall	Necesidad de poder y autoridad	Coefficiente de correlación	,663**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	140
	Capacidad de creación de microempresas	Coefficiente de correlación	,663**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	140

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

Valor de “Tau-b” calculado = 0,663

Valor de P = 0.000

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H_0 y se acepta H_1

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la necesidad de poder y autoridad, y capacidad de creación de microempresa en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

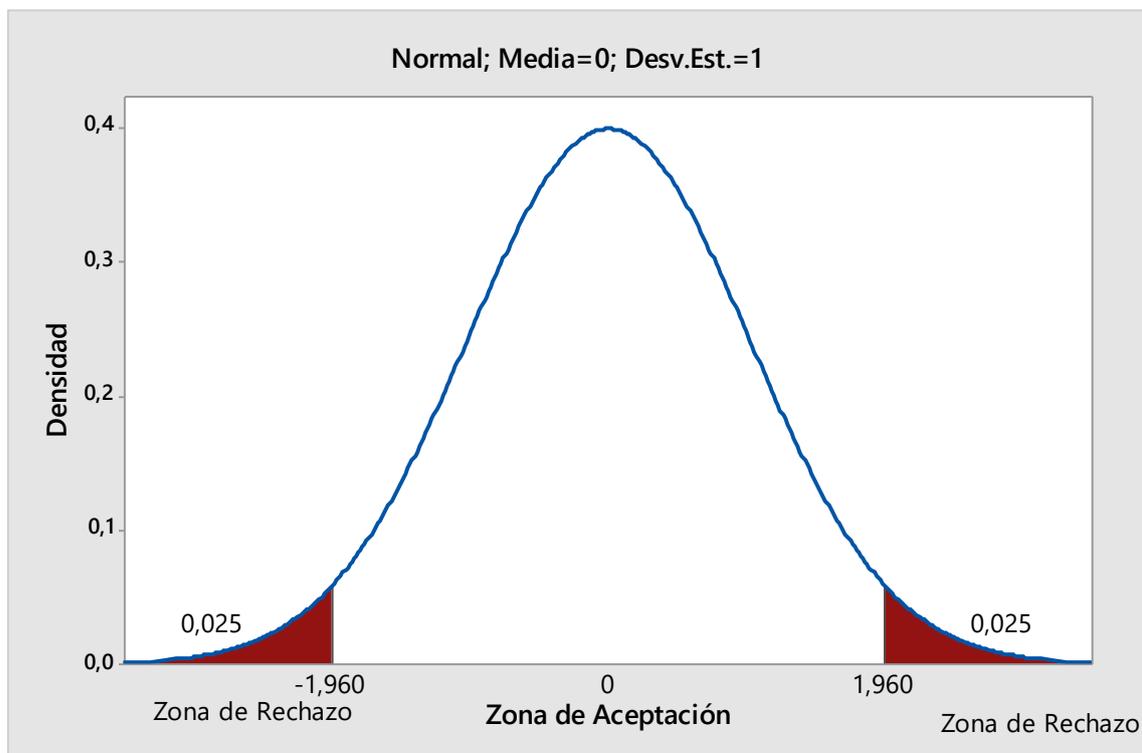
Como el coeficiente del “Tau_b” =0. 663 se encuentra en entre los intervalos de 0.60 y 0.79 este resultado nos indica que, entre la necesidad de poder y autoridad, y capacidad de creación de microempresa existe una buena correlación.

Además:

Z encontrada:

Nivel de Significancia $\alpha= 0.05$

Z crítico = 1,960



Aceptar H_0 si $z_c < 1,960$

Rechazar H_0 si $z_c > 1,960$

Cálculo del estadístico de prueba:

Índice de correlación:

$$Z = \frac{t}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

$$Z = \frac{0,663}{\sqrt{\frac{2(2(140) + 5)}{9(140)(140 - 1)}}}$$

$$Z = 11,621$$

Decisión Estadística:

Siendo que la z_c es mayor que la $z_{crítica}$ ($11,621 > 1,96$) en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

Paso 6: Decisión:

Existe correlación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Mientras mayor es la necesidad de poder y autoridad es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.663$

5.3.4. Contrastación de las Hipótesis Específica 03; de correlación entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Paso 1: Plantear la Hipótesis Nula (H_0) y la Hipótesis Alterna (H_1):

Hipótesis Nula (H_0): No existe correlación entre la necesidad de afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Hipótesis Alterna (H₁): Existe correlación entre la necesidad de afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Paso 2: Establecer el nivel de significancia.

Nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$

Paso 3: Selección de estadística de prueba.

Tau- b de Kendall

Paso 4: Cálculos:

Para los cálculos se realizó con el Spss23

Tabla N° 11

Prueba de correlación de Tau-b de Kendall entre la necesidad de asociación o afiliación y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

		Necesidad de asociación	Capacidad de creación de microempresas
Tau_b de Kendall	Necesidad de asociación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	140
	Capacidad de creación de microempresas	Coefficiente de correlación	,662**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	140

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

Valor de “Tau-b” calculado = 0,662

Valor de P = 0.000

Si el valor de $p < 0.05$; Entonces se rechaza la H₀ y se acepta H₁

Interpretación: En la presente tabla se concluye que existe correlación entre la necesidad de asociación o afiliación y capacidad de creación de microempresa en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016.

Paso 5: Interpretar el valor de “Tau – b”

Intervalos	Categorías
De 0.00 a 0.19	Muy baja correlación
De 0.20 a 0.39	Baja correlación
De 0.40 a 0.50	Moderada correlación
De 0.60 a 0.79	Buena correlación
De 0.80 a 1.00	Muy buena correlación

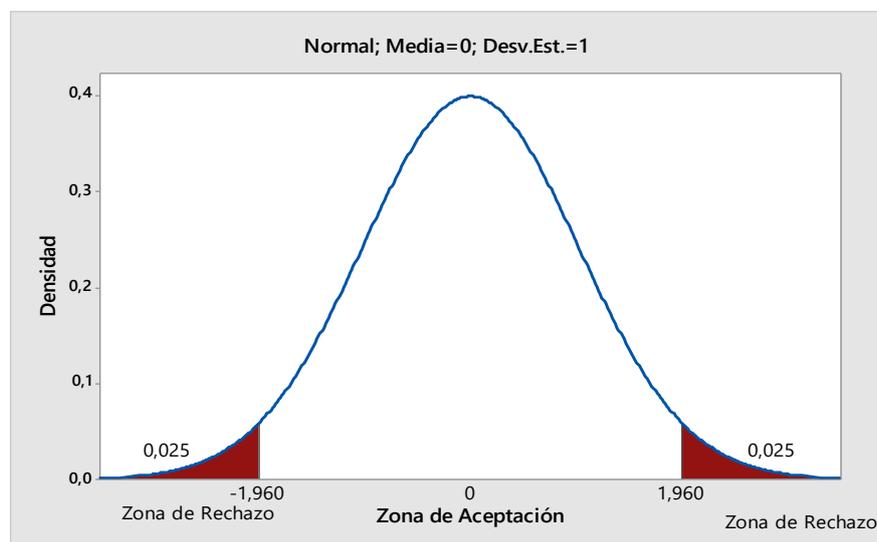
Como el coeficiente del “Tau_b” =0.662 se encuentra en entre los intervalos de 0.60 y 0.79 este resultado nos indica que entre la necesidad de asociación o filiación y capacidad de creación de microempresa existe una buena correlación.

Además:

Z encontrada:

Nivel de Significancia $\alpha= 0.05$

Z crítico = 1,960



Aceptar H_0 si $z_c < 1,960$

Rechazar H_0 si $z_c > 1,960$

Cálculo del estadístico de prueba:

Índice de correlación:

$$Z = \frac{t}{\sqrt{\frac{2(2N + 5)}{9N(N - 1)}}}$$

$$Z = \frac{0,662}{\sqrt{\frac{2(2(140) + 5)}{9(140)(140 - 1)}}}$$

$$Z = 11,60414733$$

Decisión Estadística:

Siendo que la z_c es mayor que la $z_{crítica}$ ($11,604 > 1,96$) en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).

Paso 6: Decisión:

Existe correlación entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016

Mientras mayor es la actitud emprendedora empresarial es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.662$.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la investigación realizada se obtuvo los resultados que a continuación discuto por objetivos.

Respecto al objetivo general “determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016”. Los resultados se reportan estadísticamente que existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la actitud emprendedora empresarial es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.754$. así mismo Mitma (2018) en su tesis titulado “Espíritu Emprendedor y la Creación de Micro y Pequeñas Empresas en las Estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural Instituto de Educación Superior Pedagógico Público Huancavelica” determina que existe una relación alta entre el espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas al haberse obtenido un coeficiente r de Pearson de 0.915, lo que da paso a afirmar que el espíritu emprendedor se relaciona significativamente con la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancavelica en el año 2017, quedando validada la hipótesis general al haberse obtenido un $T_c = 24,00 > T_t = 1,66$ ” (p.88).

Esto indica que los estudiantes en su mayoría, presentan niveles altos de actitud emprendedora empresarial como indica los resultados de la estadística descriptiva reportando los datos así que el 29% (40) estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016 presentó un nivel alto en su dimensión necesidad de logro, el 44% (62) estudiantes presento un nivel medio y el 27% (38) estudiantes presentó el nivel bajo, esto indica que la gran mayoría de estudiantes están motivados y tienen actitud emprendedora empresarial de nivel medio con un nivel alto en cuanto a esta dimensión.

Con respecto al objetivo específico determinar la relación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Estadísticamente se llegó a corroborar llegando a la siguiente conclusión. Existe correlación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Se puede entender también que mientras mayor es la necesidad de logro es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.60$.

Los estudiantes presentaron los siguientes resultados respecto a la necesidad de logro que el 29% (41) estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016 presentó un nivel medio con tendencia al nivel alto del 29% (41), mientras el 26% (37) estudiantes tuvieron un nivel bajo en cuanto a la necesidad de logro. Por lo tanto, los estudiantes poseen la necesidad de logro que conllevan a imponerse elevadas metas a alcanzar, Tienen una gran necesidad de ejecución que en su formación como estudiante aceptan responsabilidades para realizar trabajos a futuro.

En el objetivo establecer la relación entre la necesidad de poder y autoridad y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. El presente objetivo se evidencia que existe correlación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la necesidad de poder y autoridad es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.663$

También se refleja en la estadística descriptiva en la tabla N° 03 respecto a la dimensión necesidad de poder y autoridad, los resultados de la investigación reportaron que el 30% (42) estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016 presentaron un nivel alto con una inclinación al nivel medio de 46% (64) estudiantes. En el nivel bajo se encuentra comprendido el 24% (34) estudiantes que se encuentra en un inicio. Finalmente podemos afirmar que la gran mayoría de los estudiantes del instituto se encuentran el nivel medio y alto esto significa promueve a otras personas o grupos la mentalidad política, sus ideas y tienen el control de sí mismo

Finalmente Determinarla relación que existe entre la necesidad de asociación o filiación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Luego de haber procesado los datos estadísticamente se llegó al siguiente resultado que existe correlación entre la necesidad de asociación o filiación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo, 2016. Afirmandose de la siguiente manera mientras mayor es la actitud emprendedora

empresarial es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.662$.

A si mismo se observó en la tabla N° 04 respecto a la dimensión necesidad de asociación o filiación, se ha realizado la encuesta a los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. El 71% (100) estudiantes respondieron estar en el nivel medio con una inclinación del nivel alto del 14% (20) estudiantes, el 14% de los estudiantes se encuentran en el nivel bajo respecto a la dimensión de necesidad de asociación o filiación. Los estudiantes del instituto se sienten formar parte del grupo, se esfuerzan por tener un contacto con los demás es decir se sienten bien en trabajar en equipo lo cual es muy importante para conformar una empresa.

CONCLUSIONES

PRIMERO: Se determinó que existe correlación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la actitud emprendedora empresarial es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.754$. Esto significa que la mayoría de los estudiantes presenta una actitud positiva de emprendedurismo para la creación de microempresas como una concreción de los conocimientos y formación obtenida en la mencionada institución educativa.

SEGUNDA: Se estableció que existe correlación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la necesidad de logro es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.60$. Muchos estudiantes están motivados para llevar a cabo proyectos microempresariales, enfrentan y superan situaciones difíciles, buscan la realización personal.

TERCERA: Se estableció que existe correlación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la necesidad de poder y autoridad es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.663$. Esto indica que muchos estudiantes se encuentran motivados para obtener autoridad en el proyecto que emprenden.

CUARTA: Se estableció que existe correlación entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto

de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016. Mientras mayor es la necesidad de asociación o afiliación es mayor es mayor la capacidad de creación de microempresas. Con $Tau_b = 0.662$. Esto indica que muchos estudiantes están motivados para la afiliación en proyectos que emprenden, tienen relaciones amigables, buscan interactuar con otras personas, se sienten respaldados por la ayuda de los demás.

RECOMENDACIONES

Primero. Se debe incentivar a los estudiantes a tener un pensamiento emprendedor y ser responsable en las decisiones que toma, para ello es necesario sensibilizar sobre actitud emprendedora empresarial, este tema es necesario inyectar en las diferentes asignaturas que lleva el estudiante en su formación profesional.

Segundo. Es necesario que los docentes y estudiantes fomenten la creación de Mypes ya que ayudaría al egresado de la institución a tener su empresa y así estaría contribuyendo a mejorar la calidad de vida de muchos pobladores de la provincia de Satipo.

Tercero. La dirección debe motivar a través de estímulos a los estudiantes que tengan la capacidad de crear sus Mypes, con esto se estaría logrando poner en práctica el perfil del egresado.

Cuarto. Las autoridades deben de apoyar a los egresados de esta casa superior afín de poner en práctica la actitud emprendedora empresarial y su capacidad de logro de muchos profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Agui Malaga , M. G. (2014). *Diagnostico del grado de emprendimiento en el desarrollo de planes de negocios de los estudiantes de administracion de negocios de la UCSP, Arequipa 2014* . Universidad catolica san pablo . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15056/1/AGUI_MALAGA_MAX_DIA.pdf
- Alanya Reque , S. B. (2012). *Habilidades social y actitud emprendedora empresarial en estudaïtes del quinto de segundara de una institucion educativa del distrito del callao* . Universidad san ignacio de loyola. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1080/1/2012_Alanya_Habilidades-sociales-y-actitud-emprendedora-en-estudiantes-del-quinto-de-secundaria-de-una-institucion-educativa-del-distrito-del-Callao.pdf
- Alarcon Lobaton , G. (2017). *Relaciones interpersonales y actitud emprendedora empresarial en estudiantes de tercero de secundaria, red 10, callao 2017* . Universidad Cesar vallejo . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de file:///C:/Users/Windows/Downloads/Alarcon_LG.pdf
- Andeger Eg, E. (1989). *Tecnicas de la Investigación Social*. Buenos Aires: Editorial humanistas.
- Meza Anibal. (2014). *Estrategias de aprendizaje definiciones clasificaciones e instrumento de medicion* . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de

file:///C:/Users/Windows/Downloads/Dialnet-

EstrategiasDeAprendizajeDefinicionesClasificacione-5475212%20(12).pdf

Annelissie, A. (2012). *Dimensiones del emprendedurismo desde una vision universitaria*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de <http://rd.udb.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11715/540/1/0-editorial-dimensiones.pdf>

Baldera, B. D. (2015). *Actitud emprendedora empresarial de los agresados de la carrera de administracion de empresas de la universidd catolica santo toribio de mogrovejo* . Chiclayo. Recuperado el 26 de Abril de 2018, de [cCOMPONENTES DE LA ACTITUD concepto](#)

Cabrera, E. M. (2015). *Relacion entre motivacion de logro y rendimiento academico en la asignatura de actividades practicas tecnologia en los estudiantes de septimo octavo y noveno grado* . Guatemala . Recuperado el 27 de Abril de 2018, de

Carl Gustav, J. (1961). *spicologia profunda* . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de https://i.luna.ovh/planeta/es/Carl_Gustav_Jung

Carlos Ornelas, C. E. (2015). *El Espiritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano*. Mexico. Recuperado el 26 de Abril de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/944/94438997006.pdf>

Carreras y Artau, J. (2006). *La aptitud profesional y sus factores* . Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de <http://hedatuz.euskomedia.org/974/1/04030039.pdf>

Catherine Krauss . (2011). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitario el caso de la universidad catolica de uruguay* . Universidad catolica del uruguay. Recuperado el 30 de Julio de 2019, de [file:///C:/Users/Windows/Downloads/Dialnet-](#)

ActitudesEmprendedorasDeLosEstudiantesUniversitari-3797740%20(1).pdf

- Chuquilin Muñoz , M. L. (2017). *Actitud emprendedora empresarial en estudiantes del 5° de secundaria de la institucion educativa n° 6091 cesar vallejo chorrillo 2016*. Universidad Cesar vallejo . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21543/Chuquil%20ADn_MML.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cornejo, Y. L. (2010). *Motivacion de los logro academico y rndimiento academico en alumnos de secundaria de una institucion educativa del callao . lima .* Recuperado el 27 de Abril de 2018, de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1352/1/2010_Yactayo_Motivaci%20B3n%20de%20logro%20acad%20A9mico%20y%20rendimiento%20acad%20A9mico%20en%20alumnos%20de%20secundaria%20de%20una%20instituci%20B3n%20educativa%20del%20Callao.pdf
- Cumpa Olaya , A. D., & Martinez Huatuco , V. (2019). *Perfil emprendedor de los estudiantes de administracion de empresas de la universidad inca garcilaso de la vega lima 2018* . Universidad inca garcilaso de la vega . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4267/Tesis%20-%20Cumpa%20Olaya%20Armando%20y%20Martinez%20Huatuco%20Iheldy.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Delgado Caramutti , A. M., & Nuñez Vera, P. M. (2017). *Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la facultad de ciencia empresariales de la universidad señor de sipan, pimentel* . Universidad señor de sipan . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4156/Delgado%20Caramutti%20->

%20Nu%F1ez%20Vera%20Pierina%20Mirella.pdf;jsessionid=060176B5C18
B7DC233630662FD624196?sequence=1

Discriminación, F. S. (2007). *La persona emprendedora y la idea de negocio*. Europea.
Recuperado el 26 de Abril de 2018, de
https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1_la_persona_emprendedora.pdf

Escalante Ramos, E. (2018). Constitución y Formalización. *Mi empresa Propia*, 31.
Recuperado el 11 de Agosto de 2019, de
https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/MEP_Constitucion_Manual_ANT.pdf

Farfan Flores , M. O. (2017). *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administracion* . Universidad Cesar Vallejo . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4334/Farf%C3%A1n_FM_O.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gálvez, P. M. (2012). *La motivación de logro en emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga-Ayacucho* . Lima . Recuperado el 27 de Abril de 2018, de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4443/VARGAS_GALVEZ_PABLO_MOTIVACION_AYACUCHO.pdf

Garcia Vargas , O. H. (2009). *El concepto de poder y su interpretacion desde la perspectiva del poder en las organizaciones* . Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232009000100004

Garcia, I. G. (2006). *La formacion del clima psicologico y su relacion con los estilos de liderazgo* . Granada . Recuperado el 26 de Abril de 2018, de

- Gonzalez Navarrete, S.A. (2017). dirección. Recuperado el 1 de Agosto del 2019, <https://core.ac.uk/download/pdf/154797242.pdf>
- Gutierrez Huby, A. M., & Amandor Murguia, E. (2011). *El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades san marcos de peru y guadalajara de mexico centro universitario de los altos un analisis comparativo*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de <file:///C:/Users/Windows/Downloads/6497-Texto%20del%20art%C3%ADculo-22759-1-10-20140328.pdf>
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta). Mexico, Mexico: McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Ediciones mexicanas. Recuperado el 16 de Junio de 2019
- Hobbes Foucault, P. (2005). *La teoría del poder*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de <https://www.insumisos.com/lecturasinsumisas/La%20Teoria%20del%20poder%20discusion%20entre%20clasicos.pdf>
- Hugo Gaspar, H. P. (2011). *La gestión empresarial un enfoque del siglo xx, desde las teorías administrativas científica funcional burocrática y de relaciones humanas*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de [file:///C:/Users/Windows/Downloads/Dialnet-LaGestionEmpresarialUnEnfoqueDelSigloXXDesdeLasTeo-3875234%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Windows/Downloads/Dialnet-LaGestionEmpresarialUnEnfoqueDelSigloXXDesdeLasTeo-3875234%20(5).pdf)
- Laura Fandiño Padilla, M. C. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o agredidos de la carrera de administración de*

empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de exito de sus empresas . Tesis en Administración Empresas , Pontificia Universidad Javeriana , Administración de Empresas , Javeriana . Recuperado el 23 de Abril de 2018, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis32.pdf>

Lopez Galvez , C. P. (2017). *Estrategias de marketing social para promover las actitudes emprendedoras en estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria de la institucion educativa federico villarreal - sullana año 2017*. Universidad cesar vallejo . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12326/lopez_gc.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maxwell, J. C. (2015). *Actitud de vencedor*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de <http://www.gocrowndn.com/assets/maxwell-john-c---actitud-de-vencedor.pdf>

McClelland, D. (1998). Teoria de la Motivación. En *David Clarence McClelland*. Lexington, Massachusetts. Recuperado el 08 de Mayo de 2018, de https://www.google.com.pe/search?ei=s9rxWtuuK9HzzgKWxb6ADA&q=biograf%C3%ADa+de+david+mcclelland&oq=biograf%C3%ADa+de+McClelland&gs_l=psy-ab.1.0.0i7i30k1.9932.20492.0.22474.51.30.0.0.0.0.238.3530.0j23j1.24.0....0...1c.1.64.psy-ab..30.6.1039...0i8i30k1j0i13

Mejia Baldera, D. O. (2015). *Actitud emprendedora empresarial de los egresados de la carrera de administracion de empresas de la universidad catolica santo toribio monovejo*. Universidad catolica santo toribio de mogrovejo . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf

- Mejia Mejia, E. (2008). *La investigación científica en educación*. Lima: Ediciones san marcos. Recuperado el 16 de Junio de 2019
- Mitma Perez , R. A. (2018). *Espiritu emprendedor y la creacion mi micro y pequeñas empresas en las estuantes de la carrera profesional de educacion inicial intercultural - instituto de educacion superior pedagogico publico - huancavelica* . Universidad nacional de huancavelica . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1589/MAESTRIA%20MITMA%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Molina , M. (2003). *El espiritu emprendedor*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de file:///C:/Users/Windows/Downloads/espiritu_emprendedor_motor_futuro_guia_profesor.pdf
- Orrego, C. I. (2008). *La dimencion humana del emprendimiento* . Bolivariano . Recuperado el 26 de Abril de 2018, de <file:///C:/Users/ACER/Downloads/Dialnet-LaDimensionHumanaDelEmprendimiento-2991259.pdf>
- Ovejero Bernal, A. (1993). *Leon festiger y la psicologia social experimental la teoria de la disonancia cognoscitiva 35 años despues* . Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=872>
- Pabon, R. M. (2017). *Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa* . Universidad de los Andes Psicólogo, Universidad Nacional de Colombia. Recuperado el 26 de Abril de 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a06.pdf>

- Pacheco Salazar , M. L. (2010). *Disfuncionalidad familia familiar en niñas y su incidencia en el rendimiento escolar* . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2267/1/tps602.pdf>
- Paniza Perez , B., & Herrera Gonzales , N. A. (2016). *Características emprendedoras de los estudiantes de administración de empresas en la universidad de la guajira y la universidad popular del cesar* . Universidad de cartagena . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/3976/1/NUEVO%20PROYECTO%20FINAL%20NICO%20Y%20AURI.pdf>
- Peter Drucker , F. (1985). *Innovation*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de <https://es.slideshare.net/pavan7soni/innovation-and-entrepreneurship-peter-drucker-1985>
- Radovich Gomez , J. L. (2017). *La actitud emprendedora empresarial y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega* . Universidad Nacional de Educación . Recuperado el 13 de Julio de 2019, de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1327/TM%20CE-Du%203089%20R1%20-%20Radovich%20Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rafaela Bueckmann , D. (2014). *Análisis de las intenciones empresariales de los estudiantes universitarios mexicanos: un enfoque basado en variables personales y del programa educativo* . Universidad de Cantabria . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/5846/Tesis%20RBD.pdf?sequence=1>

- Riquelme , M. (2015). *¿Que es una empresas Unipersonal ?* Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de <https://www.webyempresas.com/que-es-una-empresa-unipersonal/>
- Rodriguez, C. R. (2007). *Estadisticas Basicas Aplicaciones*. Chimbote-Ancash: Primera edicion. Recuperado el 10 de junio de 2019
- Rodríguez, A. J. (2011). *La microempresa como estrategia de crecimiento económico y dignificación del*. Tesis en Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos, Universidad Latinoamericana de ciencia social, sede academica de Mexico , Gobierno y Asuntos Públicos, Mexico . Recuperado el 24 de Abril de 2018, de <file:///C:/Users/ACER/Downloads/TFLACSO-2011AJSR.pdf>
- Rueda Sampedro , M. I. (2006). *Estudiantes de la actitud emprendedora empresarial de los estudaintes universitarios de la facultad de cc. ee. y empresariales de cantabria* . Universidad de cantabria . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/36f.pdf
- Ruiz Gomez , P. G. (2016.). *direccion* . Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Direccion.pdf
- Sastre Castillo , M. Á. (2007). *La actitud emprendedora empresarial durante la vida academica de los estudiantes universitarios* . Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de https://www.researchgate.net/publication/27594217_La_actitud_emprendedora_durante_la_vida_academica_de_los_estudiantes_universitarios
- Sing, C. A. (2017). *Individual de responsabilidad limitada y la necesidad de regular la sociedad unipersonal en la Ley General de Sociedades*. Tesis para optar el grado de Magister, Universidad de Lima, Maestria en Derecho Empresarial.

Recuperado el 11 de Agosto de 2019, de
[itstream/handle/ulima/5702/Sing_Chumbe_Antonio_Francisco.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://hdl.handle.net/ulima/5702/Sing_Chumbe_Antonio_Francisco.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Suarez Alvarez, J., & Perez Sanchez, B. (2011). *Prejuicios estereotipos y asignacion de culpa*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de
<file:///C:/Users/Windows/Downloads/Dialnet-PrejuiciosEstereotiposYAsignacionDeCulpa-3682868.pdf>

Ubillos, S., Mayordomo, S., & Paez, D. (2015). *Actitudes: definicion y medion componentes de la actitd modelo de la accion razonada y accion planificada*. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de
<https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+X.pdf>

Valencia. (2007). *generalidades de las pymes*. Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17722/Capitulo2.pdf>

Valencia Alarcon, A. M. (2017). *Actitudes hacia el emprendimiento empresarial en estudiantes de institutos superiores tecnologicos de la provincia de huancayo*. Universidad nacional del centro del peru. Recuperado el 1 de Agosto de 2019, de
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4488/Valencia%20Alarcon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vargas Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivacion de logro actitud emprendedora empresarial y autoeficacia emprendedora sobre la intencion emprendedora en los estudiantes del area de ciencias empresariales de la universidad naiconal san antonio abad de cusco*. Universidad nacional mayor de san marco. Recuperado el 30 de Julio de 2019, de

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/563/Vargas_vg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

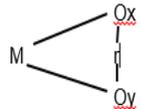
Vazquez Villalpando , J. A. (2017). *Creacion de empresas en torno a las universidades por los ex alumnos de la mismas: un analisis del ITSO*. Universidad ramon llull. Recuperado el 30 de Julio de 2019, de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145506/tesis_JAVazquez_2014.pdf;jsession

Vidal Vidal , J. (2012). *Fomento de la cultura y esperitu emprendedorar en los jovenes españoles desde las instituciones educativas* . Universidad polotecnica de cartagena . Recuperado el 30 de Julio de 2019, de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/2917/tfg91.pdf?sequence=1>

Weber , M. (2017). *Economia y sociedad tipo de dominacion* . Recuperado el 3 de Agosto de 2019, de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/weber_marx-_economia_y_sociedad_cap_3.pdf

ANEXO 01: Matriz de Consistencia

Título: “Actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL ¿Cuál es la relación que existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL OG: Determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL HG. Existe una relación directa y significativa entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p>	<p>Variable x: Actitud Emprendedora</p> <p><u>Dimensiones</u></p> <p>1.Necesidad de logro 2.Necesidad de poder y autoridad 3.Necesidad de asociación o afiliación</p>	<p>La población estará conformada por todos los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa, provincia de Satipo</p> <p>La muestra estará representada por el resultado de la aplicación de la fórmula al 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5%</p>	<p>Método: Descriptivo</p> <p>Diseño: Descriptivo</p> <p>Correlacional y asume Al siguiente Diagrama:</p> <p>DISEÑO: Descriptivo correlacional</p>  <p>Donde:</p> <p>M: Es la muestra de investigación,</p> <p>Ox Es la observación de la primera variable</p> <p>Oy: es la observación de la segunda variable</p> <p>r es el grado de relación entre ambas variables</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>PE1. ¿Qué relación existe entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p> <p>PE2. ¿Cuál es la relación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p> <p>PE3. ¿Qué relación existe entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p>	<p>OBJETIVO ESPECIFICO</p> <p>OE1. Determinar la relación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p> <p>OE2. Establecer la relación entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo ,2016</p> <p>OE3. Determinarla relación que existe entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECIFICO</p> <p>H1. Existe una relación directa y significativa entre la necesidad de logro y la capacidad creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p> <p>H2. Existe una relación directa y significativa entre la necesidad de poder y autoridad, y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p> <p>H3. Existe una relación directa y significativa entre la necesidad de asociación o afiliación y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa provincia de Satipo 2016</p>	<p>Variable y: Capacidad de creación de microempresas</p> <p><u>Dimensiones</u></p> <p>1.Aptitudes personales</p> <p>2.El proyecto de creación</p> <p>•</p>		

ANEXO 02: Operacionalización de las Variables.

VARIABLE	Definición conceptual	Definición operacional	DIMENSIONES	INDICADORES	Nivel de medición
Actitud Emprendedora	Según Luis (2010) “se enfocan en un nuevo pensamiento productivo, donde la solidaridad y ayuda y ayuda son el sostén del funcionamiento de las iniciativas, no así de la racionalidad capitalista que no es ni solidaria ni inclusiva y de la economía pública mayormente capitalismo que no permite la autogestión. Estos emprendimientos buscan llevar a cabo una participación democrática en la vida económica de una sociedad por lo que busca un enlace e integración con las entidades públicas o privadas y es aquí donde se puede encontrar las categorías ubicadas al margen de los sistemas tradicionales” (p.29)	Actitud para emprender que muestran los estudiantes del instituto tecnológico público San Martín de Pangoa teniendo las dimensiones, necesidad de logro, necesidad de poder y autoridad, necesidad de asociación o afiliación	Necesidad de logro (n. LOG)	Está motivado por llevar a cabo algo difícil.	Ordinal
				Enfrenta situaciones difíciles.	
				Logra superar situaciones difíciles.	
				Se establece retos para enfrentarlos.	
				Desafía sus propias metas.	
				Logra avanzar en el trabajo.	
				Tiene necesidad de retroalimentarse.	
				Busca retroalimentarse en su progreso.	
				Tiene necesidad de sentirse dotado.	
				Busca la realización profesional.	
				Se siente gratificado por sus logros.	
				Muestra talento en su labor.	
			Necesidad de poder y autoridad (n.POD)	Está motivado por obtener la autoridad	
				Busca conservar autoridad	
				Tiene deseo de influir en otras personas	
				Muestra deseo de adiestrar a otras personas	
				Busca enseñar a otras personas	
				Motiva a otras personas a conseguir logros	
				Su modo de comportarse lo conduce a ser fluyente	
				Su comportamiento lo hace efectivo	
			3.Necesidad de asociación o afiliación (n,ASO)	Muestra necesidad de hacer liderar sus ideas	
				Busca hacer prevalecer sus ideas	
				Busca incrementar su poder y prestigio	
				Hace prevalecer su estatus	
Está motivado por afiliación					
Tiene necesidad de tener relaciones amigables					
Busca interactuar con otras personas y colegas de trabajo					
Se siente respaldado por la ayuda de los demás					
Obtiene respeto de otras personas					
Se integra a trabajos en equipo					

ANEXO 03. Operacionalización de la variable: Capacidad de creación de microempresas emprendedora empresarial

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel De Medición
Capacidad de creación de microempresas	Carreras y Artau (2012) “se enfocan en un nuevo pensamiento productivo, donde la solidaridad y ayuda y ayuda son el sostén del funcionamiento de las iniciativas, no así de la racionalidad capitalista que no es ni solidaria ni inclusiva y de la economía publica mayormente capitalismo que no permite la autogestión	Persona que tiene la capacidad de crear microempresas que permitan llevar adelante el desarrollo de la sociedad.	Aptitudes personales	• Anticipación de hechos	Ordinal
				• Interés por lo nuevo	
				• Persona vitalista y enérgica	
				• Adaptación a cambios	
				• Enfrentamiento de retos	
				• Motivación para hacer frente a riesgos	
				• Asunción de fracasos	
				• Metódica y autodisciplina	
				• Comunicación	
				• Visión de futuro	
				• Planificación	
				• Estimación de gastos	
				• Dirección eficaz	
				• Terminación de labores	
			• Cumplimiento de plazos		
			• Dirección y trabajo en equipo		
			• Designación y orden de tareas		
			• Administración e inversión de recursos		
			El proyecto de creación	• Adaptación del proyecto	
				• Contactos e ideas	
• Ofertas y venta de productos					
• Consumo y contraste de ideas					
• Proyecto en marcha					
• Comercialización y mercado					
• Competencia y satisfacción de necesidades					
• Calidad fundamental					
• Reconducción de la actividad					



INSTRUMENTO PARA DETERMINAR LA ACTITUD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL DE ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO SAN MARTIN DE PANGOA PROVINCIA DE SATIPO 2016

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad determinar la actitud emprendedora empresarial que pueden mostrar los(as) estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa, 2016

Instrucciones: Favor de marcar una alternativa por cada ítem del cuestionario, la que más se acerca a su percepción y con la veracidad que caracteriza a su persona.

Valoración:

4 = Totalmente de acuerdo

3 = De acuerdo

2 = En desacuerdo

1 = Totalmente en desacuerdo

N°	DIMENSIONES / ITEMS	VALORACIÓN			
D1: Necesidad de logro (n, LOG)					
01	Estas motivado por llevar a cabo algo difícil en tu formación	4	3	2	1
02	Enfrentas situaciones difíciles en todo momento	4	3	2	1
03	Logras superar situaciones difíciles en todo momento	4	3	2	1
04	Te estableces retos para enfrentarlos en determinados momentos	4	3	2	1
05	Desafías tus propias metas en los proyectos que emprendes	4	3	2	1
06	Logras avanzar en el trabajo que emprendes	4	3	2	1
07	Tienes necesidad de retroalimentarte de tus logros	4	3	2	1
08	Buscas retroalimentarte de tu progreso en el trabajo que emprendes	4	3	2	1
09	Tienes necesidad de sentirte dotado en el trabajo que emprendes	4	3	2	1
10	Buscas tu realización personal en algo que emprendes	4	3	2	1
11	Te sientes gratificado por tus logros en lo que realizas	4	3	2	1
12	Muestras talento en tu labor que realizas o emprendes	4	3	2	1
D2: Necesidad de poder y autoridad (n, POD)					
13	Estas motivado por obtener autoridad en el proyecto que emprendes	4	3	2	1
14	Buscas conservar autoridad ante tus compañeros u otras personas	4	3	2	1
15	Tienes deseo de influir en otras personas en el trabajo que emprendes	4	3	2	1
16	Muestras deseos de adiestrar a otras personas que te rodean	4	3	2	1
17	Buscas enseñar a otras personas con quienes interactúas	4	3	2	1
18	Motivas a otras personas a conseguir logros en algo que emprenden	4	3	2	1
19	Tu modo de comportarte te conduce a ser influyente ante los demás	4	3	2	1
20	Tu comportamiento se hace efectivo en el proyecto que emprendes	4	3	2	1
21	Muestras necesidad de hacer liderar tus ideas en el trabajo que realizas	4	3	2	1

22	Buscas hacer prevalecer tus ideas en las demás personas para mejorar	4	3	2	1
23	Buscas incrementar tu poder y prestigio en las demás personas	4	3	2	1
24	Haces prevalecer tu estatus ante las demás personas	4	3	2	1
D3: Necesidad de asociación o filiación (n, ASO)					
25	Estas motivada por la afiliación en proyectos que aprendes	4	3	2	1
26	Tienes necesidad de tener relaciones amigables con las demás personas	4	3	2	1
27	Buscas interactuar con otras personas y colegas de trabajo	4	3	2	1
28	Te sientes respaldado por la ayuda de los demás	4	3	2	1
29	Obtienes respeto de otras personas que te rodean	4	3	2	1
30	Te integras para trabajar en equipo	4	3	2	1



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante: DE LA CRUZ SULLCA PEPE RAUL
 1.2. Cargo e Institución donde labora: UNIVERSIDAD CONTINENTAL
 1.3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO SOBRE CAPACIDAD DE CREACIÓN DE
MICROEMPRESAS
 1.4. Autor (a) del instrumento: CATARENA VÍCTOR LUJANÁ SILVIA

II. ASPETOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				TOTAL																		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100																			
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.																																					75	
		Cada ítem contiene una sola pregunta.																																					85	
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																																				95		
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.																																				80		
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																																					85	
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.																																					90	
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.																																					85	
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.																																					90	
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.																																						95
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																																						75
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.																																						85
		TOTAL DE PUNTAJES																																					440	
		PROMEDIO DE VALORACIÓN																																				88.45		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

Raul De la Cruz
De La Cruz Sulca Pepe Raul
 MG. INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA SUPERIOR

DNI.....
 TELEF.....



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante: Colonio Lajara Pool Eddy
 1.2. Cargo e Institución donde labora: Responsable de la Carrera de Administración - UPLA Setpo.
 1.3. Nombre del instrumento: Cuestionario Sobre Capacidad de Creación de Microempresas
 1.4. Autor (a) del instrumento: Samarena Villar Lucenia Silvia

II. ASPETOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				TOTAL
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.														X						75
		Cada ítem contiene una sola pregunta.																		X		
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.														X						80
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.																X				85
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																		X		95
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.														X						80
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.																	X			90
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.														X						75
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.																	X			90
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.															X					80
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.														X						75
		TOTAL DE PUNTAJES																			915	
		PROMEDIO DE VALORACIÓN																			83.18	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

COLEGIO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN
 Lic. Adm. Pool E. Colonio Lajara
 CLAD. N° 08827.

DNI..... 45867971
 TELEF..... 978467428



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante: LAPA LARA Fernando Maximio.....
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES.....
- 1.3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO SOBRE SENSIBILIDAD DE CREACION DE NUEVO EMPRESAS.....
- 1.4. Autor (a) del instrumento: CAMARENA VILAR LUCERIA SILVIA.....

II. ASPETOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				TOTAL																					
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100																						
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.																																						80			
		Cada ítem contiene una sola pregunta.																																							95		
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																																						75			
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.																																						85			
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																																							90		
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.																																								85	
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.																																								95	
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.																																									75
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.																																									90
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																																									80
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.																																									90
		TOTAL DE PUNTAJES																																								940	
		PROMEDIO DE VALORACIÓN																																								85.45	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

.....


Fernando M. Lapa Lara
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 C.C.P.J. - MAT. 1453

DNI. 19939042
 TELEF. 954880041



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
CONSOLIDADO DE VALORACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

ACTITUD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL

INDICADORES	CRITERIOS	JUECES					PROMEDIO	
		I	II	III	IV	V		
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.	75	80	80	90		81.25
		Cada ítem contiene una sola pregunta.	85	90	95	80		87.5
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.	95	95	90	75		88.75
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.	90	95	85	80		87.5
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	85	90	75	95		86.25
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.	80	85	75	90		82.5
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.	95	90	90	80		88.75
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.	90	75	80	85		82.5
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.	85	80	75	75		78.75
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	75	90	90	85		85
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.	90	95	85	80		87.5
		PROMEDIO	85.90	87.72	83.63	83.18		
			VALIDEZ DEL INSTRUMENTOS					85.1

Kuncewitz Cerrón
Kuncewitz Cerrón
 MAESTRIA EN ESTADISTICA APLICADA

Fecha 14 de Abril del 2018

Responsable del Consolidado Kuncewitz Cerrón S.

DNI: 09665700

tel. móvil: 993085500



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
CONSOLIDADO DE VALORACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

CAPACIDAD DE CREACION DE MICROEMPRESAS

INDICADORES	CRITERIOS	JUECES					PROMEDIO	
		I	II	III	IV	V		
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.	75	75	75	80		76.25
		Cada ítem contiene una sola pregunta.	80	85	90	95		87.5
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.	95	95	80	75		86.25
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.	90	80	85	85		85
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	85	85	95	90		88.75
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.	90	90	80	85		86.25
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.	80	85	90	95		87.5
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.	75	90	75	75		78.75
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.	95	95	90	90		92.5
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	90	75	80	80		81.25
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.	85	85	75	90		83.75
		PROMEDIO	85.45	85.45	83.18	85.45		
			VALIDEZ DEL INSTRUMENTOS					84.9

Kuncowitz
 Kuncowitz Cerrón S.
 MAESTRIA EN ESTADISTICA APLICADA

Fecha... *14 de Abril 2018*

Responsable del Consolidado... *Kuncowitz Cerrón S.*

001 09660700
1/A: 943081500



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres del informante: CÉSAR OSWALDO TITO LÓPEZ
- 1.2. Cargo e Institución donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
- 1.3. Nombre del instrumento: CUESTIONARIO SOBRE ACTITUD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL
- 1.4. Autor (a) del instrumento: CATARENA VILLAR LUCETIA SILVIA

II. ASPETOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE				REGULAR				BUENA				MUY BUENA				EXCELENTE				TOTAL	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.																					80
		Cada ítem contiene una sola pregunta.																					
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.																					90
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.																					85
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																					75
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.																					75
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.																					90
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.																					80
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.																					75
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																					90
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.																					85
		TOTAL DE PUNTAJES																				920	
		PROMEDIO DE VALORACIÓN																				83.63	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

.....



César Oswaldo Tito López
 MAGISTER EN PSICOLOGIA EDUCATIVA
 DNI 20067022

DNI.....

TELEF.....



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
CONSOLIDADO DE VALORACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

CAPACIDAD DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS

INDICADORES	CRITERIOS	JUECES					PROMEDIO	
		I	II	III	IV	V		
1	CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.	75	75	75	80		76.25
		Cada ítem contiene una sola pregunta.	80	85	90	95		87.5
2	OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.	95	95	80	75		86.25
3	ACTUALIDAD	Adecuado avance de las organizaciones contemporáneas.	90	80	85	85		85
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	85	85	95	90		88.75
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad tanto en preguntas como respuestas.	90	90	80	85		86.25
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para identificar el nivel de la variable de estudio.	80	85	90	95		87.5
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos- científicos de la variable de estudio.	75	90	75	75		78.75
8	COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores, variables y objetivos.	95	95	90	90		92.5
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	90	75	80	80		81.25
10	PERTINENCIA	Adecuada para aplicar a la población o muestra de estudio seleccionada.	85	85	75	90		83.75
		PROMEDIO	85.45	85.45	83.18	85.45		
			VALIDEZ DEL INSTRUMENTOS					84.9

Kuncowitz Cerrón S.
 Kuncowitz Cerrón S.
 MAESTRIA EN ESTADISTICA APLICADA

Fecha... *14 de Abril 2018*

Responsable del Consolidado... *Kuncowitz Cerrón S.*

001 09660700
1/A: 943081500

17 NOV 2016



INSTRUMENTO PARA DETERMINAR LA ACTITUD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL DE ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO SAN MARTÍN DE PANGO PROVINCIA DE SATIPO ,2016

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad determinar la actitud emprendedora empresarial que pueden mostrar los(as) estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa, 2016

Instrucciones: Favor de marcar una alternativa por cada ítem del cuestionario, la que más se acerca a su percepción y con la veracidad que caracteriza a su persona.

Valoración:

4 = Totalmente de acuerdo

3 = De acuerdo

2 = En desacuerdo

1 = Totalmente en desacuerdo

N°	DIMENSIONES / ÍTEMS	VALORACIÓN			
D1: Necesidad de logro (n, LOG)					
01	Estas motivado por llevar a cabo algo difícil en tu formación	4	X	2	1
02	Enfrentas situaciones difíciles en todo momento	4	X	2	1
03	Logras superar situaciones difíciles en todo momento	4	X	2	1
04	Te estableces retos para enfrentarlos en determinados momentos	4	X	2	1
05	Desafías tus propias metas en los proyectos que emprendes	4	X	2	1
06	Logras avanzar en el trabajo que emprendes	4	X	2	1
07	Tienes necesidad de retroalimentarte de tus logros	4	X	2	1
08	Buscas retroalimentarte de tu progreso en el trabajo que emprendes	4	X	2	1
09	Tienes necesidad de sentirte dotado en el trabajo que emprendes	4	X	2	1
10	Buscas tu realización personal en algo que emprendes	4	X	2	1
11	Te sientes gratificado por tus logros en lo que realizas	4	X	2	1
12	Muestras talento en tu labor que realizas o emprendes	4	X	2	1
D2: Necesidad de poder y autoridad (n, POD)					
13	Estas motivado por obtener autoridad en el proyecto que emprendes	4	X	2	1
14	Buscas conservar autoridad ante tus compañeros u otras personas	4	X	2	1
15	Tienes deseo de influir en otras personas en el trabajo que emprendes	4	X	2	1
16	Muestras deseos de adiestrar a otras personas que te rodean	4	X	2	1
17	Buscas enseñar a otras personas con quienes interactúas	4	X	2	1
18	Motivas a otras personas a conseguir logros en algo que emprenden	4	X	2	1
19	Tu modo de comportarte te conduce a ser influyente ante los demás	4	X	2	1
20	Tu comportamiento se hace efectivo en el proyecto que emprendes	4	X	2	1
21	Muestras necesidad de hacer liderar tus ideas en el trabajo que realizas	4	X	2	1
22	Buscas hacer prevalecer tus ideas en las demás personas para mejorar	4	X	2	1
23	Buscas incrementar tu poder y prestigio en las demás personas	4	3	X	1

24	Haces prevalecer tu estatus ante las demás personas	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
D3: Necesidad de asociación o filiación (n, ASO)					
25	Estas motivada por la afiliación en proyectos que aprendes	<input checked="" type="checkbox"/>	3	2	1
26	Tienes necesidad de tener relaciones amigables con las demás personas	<input checked="" type="checkbox"/>	3	2	1
27	Buscas interactuar con otras personas y colegas de trabajo	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
28	Te sientes respaldado por la ayuda de los demás	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
29	Obtienes respeto de otras personas que te rodean	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
30	Te integras para trabajar en equipo	<input checked="" type="checkbox"/>	3	2	1



CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PERSONAL PARA DETERMINAR LA CAPACIDAD DE CREACIÓN DE MICRO EMPRESAS EN ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO SAN MARTÍN DE PANGOA PROVINCIA DE SATIPO, 2016.

Finalidad: El instrumento tiene por finalidad determinar la capacidad de creación de micro empresas en los(as) estudiantes del Instituto Superior Tecnológico "San Martín" Pangoa-2016. A continuación te propones un sencillo cuestionario que te ayudará a reflexionar y que permitirá valorar si realmente tienes aptitudes para llegar a ser un emprendedor /empresario de éxito. El cuestionario se divide en dos bloques que hacen referencia a las siguientes dimensiones: Aptitudes personales y el proyecto de creación.

Instrucciones: Debe marcar cualquier número que aparece en el lado derecho del cuestionario, según creas que se ajusta a vuestra personalidad. El significado de cada respuesta es:

Valoración:

- 4 = Totalmente de acuerdo
- 3 = De acuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 1 = Totalmente en desacuerdo

Es conveniente que responda a todas las preguntas con sinceridad, ya que solo conociendo sus puntos fuerte y débil podrá tomar decisiones y poner en práctica medidas para avanzar.

N°	DIMENSIONES / ITEMS	VALORACION			
D1: Aptitudes personales					
01	Me gusta anticiparme a los hechos al crear una micro empresa	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
02	Me interesa mucho todo lo que es nuevo o distinto en una micro empresa	<input checked="" type="checkbox"/>	3	2	1
03	Me considero una persona vitalista y enérgica	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
04	Me adapto fácilmente a los cambios de creación de una micro empresa	4	3	<input checked="" type="checkbox"/>	1
05	Soy entusiasta a la hora de enfrentarme a nuevos retos	<input checked="" type="checkbox"/>	3	2	1
06	Me motivan los grandes riesgos de creación de una micro empresa	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
07	Assumo bien los fracasos y saco provecho de ellos	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
08	Soy metódico y auto disciplinado a la hora de realizar un trabajo	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
09	Tengo facilidad para comunicarme con otras personas	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
10	Tengo una idea clara de lo que quiero hacer, realizar en el futuro	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
11	Planifico detalladamente toda las actividades que tengo que realizar	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
12	Hago una estimación de los gastos y beneficios de mi trabajo	4	3	<input checked="" type="checkbox"/>	1
13	Puedo dirigir eficazmente una microempresa	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
14	Procuro no posponer asuntos y terminar todo a tiempo	<input checked="" type="checkbox"/>	3	2	1
15	Cumplo plazos en la ejecución de un trabajo de creación de micro empresa	4	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1
16	Me gusta dirigir equipos en una posible micro empresa	4	3	<input checked="" type="checkbox"/>	1

17	Se trabajar en equipo si se trata de crear una micro empresa	4	3	2	1
18	Se asignar eficientemente tareas a un grupo de personas	4	3	2	1
19	Soy una persona ordenada en mi trabajo	4	3	2	1
20	Se administrar mis recursos en una micro empresa creada o por crearse	4	3	2	1
21	Estaría dispuesto a invertir mi dinero si iniciase una microempresa	4	3	2	1
D2: El proyecto de creación					
22	Cuando veo u oigo algo nuevo que puedo utilizar, averiguo si lo puedo adaptar a mi proyecto	4	3	2	1
23	Tengo buenos contactos para poner en marcha un proyecto empresarial	4	3	2	1
24	Tengo numerosas ideas sobre productos /servicios no comercializados	4	3	2	1
25	Hay necesidad de los productos o servicios que puedo ofertar	4	3	2	1
26	Sabría vender mi idea a futuros socios de mi proyecto	4	3	2	1
27	Sería un futuro consumidor de mis productos o servicios	4	3	2	1
28	Contrasto mis ideas con personas de mi entorno	4	3	2	1
29	He puesto ya en marcha algún proyecto empresarial	4	3	2	1
30	He pensado en comercializar mis productos/servicios en el exterior	4	3	2	1
31	Conozco el sector del mercado al cual van dirigidos mis productos/servicios	4	3	2	1
32	Conozco los competidores de mis productos/servicios	4	3	2	1
33	Creo que la satisfacción de necesidades es el punto más importante a tener en cuenta en el diseño de un producto o servicio	4	3	2	1
34	Para mí la calidad es fundamental en un producto o servicio	4	3	2	1
35	Estaría dispuesto a reconducir la actividad de mi empresa en caso de que no tuvieses éxito con la idea original	4	3	2	1

Gracias

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Las consideraciones para la redacción del trabajo fue lo siguiente:

- a. La redacción de las citas bibliográficas he desarrollado teniendo en cuenta las Normas APA.
- b. El presente trabajo de investigación es auténtico, no se ha desarrollado en el instituto de educación superior tecnológico público San Martín de Pangoa.
- c. Con respecto a las similitudes estoy dispuesta a la evaluación correspondiente con el programa Turnitin.
- d. Los datos de la instrumentalización se evidenciaron con sus respectivos documentos.
- e. No se consignaron ninguna información con fraude.

El presente trabajo es de mi autoría, en el cual me someto a trabajar con las normas establecidas de la investigación científica.

Base de datos de la variable actitud emprendedora empresarial

		Necesidad de logro												Necesidad de poder y autoridad												Necesidad de asociación o filiación						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	
2		3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
3		2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
4		1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	
5		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6		3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3	
7		2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
8		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	
9		3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
10		2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
11		1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	
12		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13		3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3	
14		1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	
15		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
16		3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3	
17		2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
18		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
19		3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
20		2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
21		3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3	
22		2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
23		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	

24			3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2		
25			2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2		
26			1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	
27			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28			3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3
29			1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2
30			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31			3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3
32			2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
33			1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1
34			3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
35			2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
36			3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3
37			2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38			1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1
39			3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
40			2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
41			1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2
42			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43			3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3
44			1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2
45			4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46			3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3
47			2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
48			1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1
49			3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
50			2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
51			3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	1	3

136			1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1		
137			3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2		
138			2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	
139			1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	
140			4	3	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	4	4	3

**Estadísticas de elemento de actitud emprendedora
empresarial**

	Media	Desviación estándar	N
ITM1	2,98	,800	40
ITM2	3,28	,679	40
ITM3	3,40	,900	40
ITM4	3,28	,679	40
ITM5	2,78	,733	40
ITM6	3,28	,751	40
ITM7	3,73	,554	40
ITM8	3,25	,588	40
ITM9	3,08	,730	40
ITM10	3,33	,764	40
ITM11	3,28	,640	40
ITM12	3,63	,667	40
ITM13	3,80	,687	40
ITM14	3,08	,764	40
ITM15	3,50	,599	40
ITM16	3,33	,944	40
ITM17	3,38	,740	40
ITM18	3,03	,800	40
ITM19	2,83	,781	40
ITM20	3,13	,757	40
ITM21	3,00	,816	40
ITM22	3,20	,608	40
ITM23	3,43	,549	40
ITM24	3,28	,784	40
ITM25	3,25	,588	40
ITM26	3,65	,533	40
ITM27	3,73	,679	40
ITM28	3,20	,823	40
ITM29	3,28	,640	40
ITM30	3,30	,564	40

Estadística total de elementos

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITM1	95,63	142,548	,455	,930
ITM2	95,33	142,840	,529	,929
ITM3	95,20	139,292	,555	,929
ITM4	95,33	144,533	,422	,930
ITM5	95,83	139,174	,704	,926
ITM6	95,33	139,353	,675	,927
ITM7	94,88	143,497	,609	,928
ITM8	95,35	144,541	,495	,929
ITM9	95,53	143,846	,429	,930
ITM10	95,28	141,179	,558	,928
ITM11	95,33	144,174	,475	,929
ITM12	94,98	145,461	,371	,930
ITM13	94,80	143,190	,500	,929
ITM14	95,53	140,717	,584	,928
ITM15	95,10	142,913	,601	,928
ITM16	95,28	138,358	,569	,928
ITM17	95,23	139,871	,655	,927
ITM18	95,58	139,892	,600	,928
ITM19	95,78	140,435	,586	,928
ITM20	95,48	140,922	,578	,928
ITM21	95,60	142,144	,466	,930
ITM22	95,40	142,246	,640	,928
ITM23	95,18	144,148	,564	,928
ITM24	95,33	140,840	,561	,928
ITM25	95,35	142,387	,652	,927
ITM26	94,95	144,869	,524	,929
ITM27	94,88	144,266	,439	,930
ITM28	95,40	143,682	,382	,931
ITM29	95,33	142,122	,613	,928
ITM30	95,30	144,626	,512	,929

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
ITM1	2,98	,800	40
ITM2	3,28	,679	40
ITM3	3,40	,900	40
ITM4	3,28	,679	40
ITM5	2,78	,733	40
ITM6	3,28	,751	40
ITM7	3,73	,554	40
ITM8	3,25	,588	40
ITM9	3,08	,730	40
ITM10	3,33	,764	40
ITM11	3,28	,640	40
ITM12	3,63	,667	40
ITM13	3,80	,687	40
ITM14	3,08	,764	40
ITM15	3,50	,599	40
ITM16	3,33	,944	40
ITM17	3,38	,740	40
ITM18	3,03	,800	40
ITM19	2,83	,781	40
ITM20	3,13	,757	40
ITM21	3,00	,816	40
ITM22	3,20	,608	40
ITM23	3,43	,549	40
ITM24	3,28	,784	40
ITM25	3,25	,588	40
ITM26	3,65	,533	40
ITM27	3,73	,679	40
ITM28	3,20	,823	40
ITM29	3,28	,640	40
ITM30	3,30	,564	40
ITM31	3,00	,816	40
ITM32	3,20	,608	40
ITM33	3,43	,549	40
ITM34	3,28	,784	40
ITM35	3,25	,588	40

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITM1	111,78	196,179	,475	,942
ITM2	111,48	197,025	,524	,941
ITM3	111,35	192,695	,559	,941
ITM4	111,48	198,974	,420	,942
ITM5	111,98	192,384	,715	,939
ITM6	111,48	192,871	,673	,940
ITM7	111,03	197,974	,590	,941
ITM8	111,50	199,026	,488	,941
ITM9	111,68	198,328	,419	,942
ITM10	111,43	194,969	,559	,941
ITM11	111,48	198,769	,460	,942
ITM12	111,13	200,471	,347	,943
ITM13	110,95	197,536	,490	,941
ITM14	111,68	194,122	,600	,940
ITM15	111,25	197,372	,579	,941
ITM16	111,43	191,533	,576	,941
ITM17	111,38	193,728	,640	,940
ITM18	111,73	193,897	,581	,941
ITM19	111,93	193,969	,593	,940
ITM20	111,63	194,856	,570	,941
ITM21	111,75	195,218	,508	,941
ITM22	111,55	195,946	,656	,940
ITM23	111,33	197,866	,602	,941
ITM24	111,48	193,640	,606	,940
ITM25	111,50	195,795	,688	,940
ITM26	111,10	199,272	,526	,941
ITM27	111,03	198,794	,429	,942
ITM28	111,55	197,895	,385	,943
ITM29	111,48	195,743	,632	,940
ITM30	111,45	198,869	,521	,941
ITM31	111,75	195,218	,508	,941
ITM32	111,55	195,946	,656	,940
ITM33	111,33	197,866	,602	,941
ITM34	111,48	193,640	,606	,940
ITM35	111,50	195,795	,688	,940

ENCUESTA A LOS ALUMNOS DEL I.S.T.P SAN MARTIN



