

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

Emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Sede Central Abancay, 2019

Presentado por:

Olga Contreras Gonzales

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2022



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE
APURÍMAC, SEDE CENTRAL ABANCAY, 2019”

Presentado por **Olga Contreras Gonzales**, para optar el Título de Licenciado en Administración
Sustentado y aprobado el 30 de junio del 2022 ante el jurado evaluador:

Presidente:

Dr. Mauricio Raúl Escalante Cárdenas

Primer Miembro:

Dr. Percy Fritz Puga Peña

Segundo Miembro:

Dra. Rosario Leticia Valer Montesinos

Asesor:

Dr. Mauro Huayapa Huaynacho

Agradecimientos

A mi querida Alma Mater Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac por acogerme en sus aulas formándome durante largos cinco años, así mismo el especial agradecimiento a mis dignos docentes de la Facultad de Administración por las enseñanzas brindadas a lo largo de estos maravillosos años en mi etapa universitaria fortaleciendo en mí la pasión por mi carrera.

Al Mgt. C.P.C Mauro Huayapa Huaynacho, quien muy amablemente acepto asesorarme y quien me brindo todo el apoyo necesario en el proceso.

Al Lic. Grover Guzmán Guillen, quien con mucha paciencia y dedicación me apoyo incondicionalmente en este arduo proceso brindándome todas las herramientas necesarias como libros, material bibliográfico, información, etc. Quien a su vez agradezco su paciencia y buen ánimo para la elaboración de mi proyecto de principio a fin.

Al Rector de la UNAMBA Dr. Freddy Loayza Vega, por la colaboración brindada, de igual manera al docente estadístico Edgar Olguivel quien con su apoyo no hubiera sido posible la realización de esta investigación.

A mi querida y amada familia por su apoyo moral e incondicional en este proceso, por último y no menos importante a los estudiantes y compañeros de la Facultad de Administración fuentes de inspiración de mi investigación que muy amablemente me brindaron su valioso tiempo respondiendo al cuestionario, para poder seguir adelante con mi investigación.



Dedicatoria

La presente investigación la dedico con todo el sentir a mis queridos padres Eva y Evaristo, por darme la vida y por todo el esfuerzo que demando educarme estos preciados años de mi vida... de igual manera a mis queridos hermanos Paty, Toto, Carlos y Ever por su incondicionalidad y paciencia, quienes desde mi infancia estuvieron a mi lado motivándome para seguir adelante. A mis entrañables abuelitos que hoy descansan en paz en la gloria de Dios Gavina, Marcelino, Genera y Esteban a ustedes dedico esta investigación para concluir mi etapa universitaria. Aurora, Dory y Molly, mis compañeras de la vida, siempre vivirán en mi corazón, quienes seres luz llegaron a mi vida para acompañarme para brindarme su verdadero amor y fidelidad. Y con especial cariño a mis amistades más cercanas que son fuente de fuente de inspiración para la superación constante que tengo día a día.



“Emprendimiento empresarial de los estudiantes de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019”

Línea de investigación: Gestión empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons



ÍNDICE

INTRODUCCION	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	4
CAPÍTULO I	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. Descripción del problema	5
1.2. Enunciado del problema	9
1.2.1. Problema general	9
1.2.2. Problemas específicos.....	9
1.3. Justificación	9
CAPÍTULO II	11
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	11
2.1. Objetivos de la investigación	11
2.1.1. Objetivo general.....	11
2.1.2. Objetivos específicos:	11
2.2. Operacionalización de la variable.....	11
2.2.1. Variable.....	11
CAPÍTULO III	14
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	14
3.1. Antecedentes	14
3.1.1. A nivel internacional.....	14
3.1.2. A nivel nacional	15
3.1.3. A nivel regional y local.....	17
3.2. Marco teórico	18
3.2.1. Emprendimiento.....	18
3.2.1.1. Definición de emprendimiento	18
3.2.2. Las teorías del emprendimiento	21
3.2.3. El emprendedor	23
3.2.3.1. Definición de emprendedor.....	23
3.2.3.2. Evolución del concepto emprendedor: una visión histórica desde las escuelas	25
3.2.3.2.1. Los clásicos	25



3.2.3.3. El Perfil del emprendedor	30
3.2.3.4. Tipos de emprendedores	31
3.2.3.5. El proceso emprendedor	32
3.2.3.5.1. Elementos del proceso emprendedor	32
3.2.3.5.2. La planificación del proceso emprendedor	33
3.2.3.6. Modelos de creación de empresas	34
3.2.3.6.1. El Modelo de Galbraith.....	34
3.2.3.6.2. El Modelo de Birley.....	35
3.2.3.6.3. El Modelo de Veciana.....	35
3.2.3.6.4. El Modelo de Reynolds y Miller.....	36
3.2.3.6.5. El Modelo de Bhave.....	36
3.2.3.6.6. El Modelo de Gartner.....	37
3.2.3.7. Etapas del proceso emprendedor	37
3.2.3.8. El entorno emprendedor y el ecosistema emprendedor	38
3.2.3.8.1. El entorno emprendedor.....	38
3.2.3.8.2. El ecosistema emprendedor	38
3.2.3.9. Manifestaciones del emprendimiento	39
3.2.3.9.1. La franquicia	39
3.2.3.9.2. La empresa familiar	40
3.2.3.9.3. La empresa social.....	40
3.2.3.9.4. Los proyectos emprendedores en empresas ya establecidas.....	40
3.2.4. El empresario y la empresa	41
3.2.4.1. El empresario	41
3.2.4.2. La empresa	42
3.2.5. Estructuración del negocio.....	43
3.2.5.1. Modelo de negocio.....	43
3.2.5.2. El plan de negocio.....	43
3.2.6. El emprendimiento en el contexto universitario	44
3.3. Marco conceptual.....	47
CAPÍTULO IV.....	50
METODOLOGÍA.....	50
4.1. Tipo y nivel de investigación.....	50
4.1.1. Tipo de investigación.....	50
4.1.3. Nivel de investigación	50
4.1.2. Método de investigación	50
4.2. Diseño de investigación	50



4.3. Descripción ética de la investigación.....	51
4.4. Población y muestra.....	51
4.2.1. Población	51
4.2.2. Muestra	52
4.5. Procedimiento de la investigación	53
4.6. Técnicas e instrumentos.....	53
4.6.1. Técnica.....	53
4.6.2. Instrumentos.....	53
4.7. Análisis estadístico	54
4.7.1. Técnicas estadísticas	54
CAPÍTULO V.....	55
RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	55
5.1 Descripción de Resultados.....	55
5.1.1. Variable: Emprendimiento empresarial	55
5.2. Discusión	60
CAPÍTULO VI.....	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
6.1. Conclusiones.....	64
6.2. Recomendaciones	65
REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS.....	71



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de la Variable</i>	12
Tabla 2 <i>Aportes de los Neoclásicos al Concepto de Emprendedor</i>	26
Tabla 3 <i>Aportes de los Neoclásicos al Concepto de Emprendedor</i>	26
Tabla 4 <i>Aportes de la Escuela de Schumpeter al Concepto de Emprendedor</i>	27
Tabla 5 <i>Aportes de la Escuela Aaustriaca al Concepto de Emprendedor</i>	28
Tabla 6 <i>Aportes de otras Escuelas de Pensamiento Según Fonrouge al Concepto de Emprendedor</i>	28
Tabla 7 <i>Aportes Generales de otros Autores al Concepto de Emprendedor</i>	29
Tabla 8 <i>Estudiantes Matriculados en el Curso de Prácticas Pre profesionales I Durante el Año 2019</i>	51
Tabla 9 <i>Negocios creados por los estudiantes matriculados en el curso de Prácticas pre profesionales II durante los años 2018-2019</i>	52
Tabla 10 <i>Baremo de Niveles a Escala de Valoración de la Variable Emprendimiento Empresarial y sus Dimensiones</i>	55
Tabla 11 <i>Frecuencia y Porcentaje de la Variable Emprendimiento Empresarial</i>	55
Tabla 12 <i>Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Proceso Emprendedor</i>	56
Tabla 13 <i>Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Perfil Emprendedor</i>	57
Tabla 14 <i>Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Entorno Emprendedor</i>	58
Tabla 15 <i>Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Emprendimiento</i>	59



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Modelo de Creación de Empresas de Birley</i>	35
Figura 2 <i>Porcentaje de la Variable Emprendimiento Empresarial</i>	55
Figura 3 <i>Porcentaje de la dimensión proceso emprendedor</i>	56
Figura 4 <i>Porcentaje de la Dimensión Perfil Emprendedor</i>	57
Figura 5 <i>Porcentaje de la Dimensión Entorno Emprendedor</i>	58
Figura 6 <i>Porcentaje de la Dimensión Emprendimiento</i>	60

INTRODUCCION

La investigación abordada tuvo como objetivo central describir el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019. Por tanto, recae su importancia debido a que los estudiantes jóvenes cada vez no encuentran un empleo, digno de acuerdo a sus expectativas que desarrolla en su formación profesional. Además, hoy en día el contexto es más complejo, pero a la vez existe muchas oportunidades para poder emprender un negocio o empresa lo que, además, de tener un autoempleo este podría dar trabajo a otras personas.

En tanto, se planteó de la siguiente manera, el problema general de investigación: ¿Cómo se desarrolla el emprendimiento empresarial de los estudiantes la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?

Además, se estructuro de acuerdo al esquema de investigación para el informe planteado por la Universidad Micaela Bastidas de Apurímac, lo está compuesto por capítulos, títulos y sub títulos, como se presenta: el Capítulo I, está conformado por la descripción del problema, planteamiento y la formulación del problema de investigación y justificación; asimismo el capítulo II, está conformado por objetivos y operacionalización de la variable; el capítulo III, se percibe el marco teórico referencial, que constituye los antecedentes, marco teórico y conceptuales referidos al emprendimiento empresarial; el capítulo IV, está conformado por la metodología de la investigación; en la cual encontramos tipo y nivel, la forma como desarrollada la investigación, asimismo la población y muestra, las técnicas, instrumentos, procedimientos de recolección de datos y las técnicas de procesamiento de análisis de datos; Y por último en el capítulo V, se los resultados donde se puede encontrar los análisis de los resultados de la variable y discusión; el capítulo VI encontramos en este capítulo las conclusiones y recomendaciones y finalmente se presenta la bibliografía y los anexos.

RESUMEN

El motivo de la presente investigación fue conocer las características de los emprendimientos empresariales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019. Considerando, metodológicamente al diseño no experimental – transversal de nivel descriptivo, enfoque cuantitativo, en cuanto a la finalidad de la investigación fue de tipo básica; el cual se apoyó en una encuesta como técnica e instrumento el cuestionario constituido por 28 ítems presentados en escala de Likert. La población se constituyó por 274 estudiantes de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac que están cursando el curso de prácticas pre profesionales, se utilizó una muestra probabilística de 107 estudiantes, a quienes se les administro el cuestionario en un solo momento, de tal manera que se recogieron datos de relevancia en cuanto a la variable. Además, para la fiabilidad del instrumento que es el cuestionario se validó a través del juicio de expertos, y su fiabilidad se demostró con la aplicación de alfa de Cronbach siendo este de 0.853 de fiabilidad.

Del mismo modo, el procesamiento de la información se obtuvo mediante la estadística descriptiva y los resultados se presentan mediante tablas de frecuencia, porcentajes y figuras; esto permitió elaborar un conjunto de conclusiones y recomendaciones. Las características de los emprendimientos empresariales como el proceso del emprendedor, el perfil emprendedor, su entorno en el emprendimiento y los emprendimientos propiamente dichos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019, se encuentran en un nivel regular de acuerdo con la percepción del 63% (68) de los encuestados. Mientras que el 35.5% (38) percibe que están en un nivel bueno y 0.9% (1) se encuentran en el nivel malo. Por tanto, los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, se encuentra en un nivel regular según la percepción del 59.8% (64) de estudiantes encuestados, tomando en cuenta que esta característica que está referida desde el proceso de creación, tiempo del emprendimiento en el mercado, cumplimiento de todos los objetivos, cumplimiento con las necesidades del mercado y gestión empresarial. En ese



margen, se recomienda a la carrera profesional de la administración crear estrategias y políticas que generen motivación en los estudiantes, seguir aprendiendo respecto al emprendimiento.

Palabras clave: proceso, perfil, entorno, emprendedor y emprendimiento empresarial.

ABSTRACT

The reason for the present investigation was to know the characteristics of the business ventures of the students of the Faculty of Administration of the Micaela Bastidas National University of Apurímac, Abancay headquarters, 2019. Considering, methodologically, the non-experimental design - cross-sectional descriptive level, quantitative approach, regarding the purpose of the research was basic; which was supported by a survey as a technique and instrument, the questionnaire consisting of 28 items presented on a Likert scale. The population was constituted by 274 students of the professional career of Administration of the National University Micaela Bastidas de Apurímac who are taking the course of pre-professional practices, a probabilistic sample of 107 students was used, to whom the questionnaire was administered in a single moment, in such a way that relevant data regarding the variable were collected. In addition, for the reliability of the instrument that is the questionnaire, it was validated through expert judgment, and its reliability was demonstrated with the application of Cronbach's alpha, with a reliability of 0.853.

In the same way, the information processing was obtained through descriptive statistics and the results are presented through frequency tables, percentages and figures; This allowed the elaboration of a set of conclusions and recommendations. The characteristics of business ventures such as the entrepreneurial process, the entrepreneurial profile, their environment in entrepreneurship and the ventures themselves of the students of the Faculty of Administration of the Micaela Bastidas National University of Apurímac, Abancay headquarters, 2019, are at a regular level according to the perception of 63% (68) of those surveyed. While 35.5% (38) perceive that they are at a good level and 0.9% (1) are at a bad level. Therefore, the entrepreneurship of the students of the Faculty of Administration of the UNAMBA, Abancay headquarters, is at a regular level according to the perception of 59.8% (64) of the students surveyed, taking into account that this characteristic that is referred from the creation process, time of entrepreneurship in the market, fulfillment of all objectives, compliance with the needs of the market and business management. In this margin, it is recommended to the professional career of the administration to create strategies and policies that generate motivation in the students, continue learning about entrepreneurship.

Keywords: *process, profile, environment, entrepreneur and entrepreneurship*



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En la actualidad el emprendimiento es considerado un factor importante del progreso y desarrollo económico de las sociedades, los estudios a diferentes niveles sostienen la contribución de la actividad emprendedora en la generación de empleo, la innovación y la competitividad. Asimismo, subraya la importancia de promover y fomentar el emprendimiento en el ámbito educativo, principalmente en el universitario, puesto que desempeñan un rol fundamental el desarrollo de capital humano, la investigación y la innovación de las sociedades.

Por tanto, la presente investigación centrará su atención en la actividad emprendedora dentro del ámbito universitario, concretamente en la Facultad de ciencias administrativas de la Universidad nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central - Abancay.

El emprendimiento es importante para independización económica de la persona y además contribuye con ingresos económicos a los fondos de estado, mejor aún el gran porcentaje de los emprendimientos generan oportunidades laborales. La contribución que el espíritu empresarial impulsa la existencia de las unidades económicas, sociales pero sobre todo identifica necesidades y problemas con la finalidad de generar alternativa de solución; desde la perspectiva de competencia empresarial los nuevos emprendimientos con competidores directos de las empresas ya existentes, ocasionando que están se actualicen en las tecnologías , informaciones y comunicación, así mismo, en la gestión administrativa para permanecer o garantizar su estabilidad en el mercado(Urbano y Toledano, 2008).

Asimismo, el protagonismo del emprendimiento nace cuando se vio elegida como factor de prosperidad y desarrollo sostenible del país, más siendo considerada como factor de innovación, de oportunidades laborales, de fuente de ingreso para muchos estudiantes

universitarios, una vez conforma como unidad económica será también un factor de ingreso para el producto bruto interno del país. Lo anterior, en términos agregados, se traduce en una contribución al mejoramiento del nivel de competitividad de los países (Montealegre, citado en Schnarch, 2014)

En ese sentido, el emprender no solo es poner en marcha una unidad económica u organizacional, es también desarrollar cada actividad o función con creatividad, buscando la innovación es decir la mejora continua, teniendo en consideración las características del contexto, también se le considera emprendedor al trabajador del ente público o privado que busca la constante innovación, le da un valor agregado, un extra a sus procedimiento-funciones laborales persiguiendo la efectividad. Mientras los estudiantes y egresados universitarios con espíritu empresarial hacen realidad sus ideas de negocio, teniendo bien en claro la misión y visión de su empresa y por su puesto para ello reconoce el mercado a quien va satisfacer con su producto o servicio (Schnarch, 2014).

En los últimos años, tanto el estado, las organismos no gubernamentales y entidades privadas enfatizaron su prioridad en brindar capacitaciones, talleres, seguimiento a través de diferentes proyecto y programas, esperando fomentar la cultura emprendedora, la permanencia en el mercado, y por supuesto no dejaron de lado a la población juvenil-universitarios, y más aun viendo la realidad de los egresados universitarios, ya que son muy pocas empresas que les acoge y darle su primer trabajo para su experiencia laboral, por tanto muchos de ellos optan por emprender (Rodiero, 2008) pero también es cierto que la educación a nivel superior poco o nada impulsa las capacidades emprendedoras en los estudiantes universitarios (Zorob, 2012), la malla curricular, está diseñado para formar con un perfil de responder las exigencias de un cargo, es decir, se está formando una sociedad dependiente o futuros desempleados. Por tanto, nuestro país Perú, no es ajeno a tan alarmantes de desempleo juvenil.

En nuestras circunstancias la sociedad anhela su interacción dinámica de las universidades, en el aspecto cognitivo, así mismo su rol en solucionar necesidades y conflictos sociales, la casas superiores deben ser como un laboratorio donde se estudia y analiza con precisión cada problema del contexto, generando alternativas de solución, por ejemplo para mitigar el problema de falta de oportunidades laborales, en las aulas universitarias de debe desarrollar capacidades emprendedoras, trabajando de la mano con el estado o algún ente privado (Freire, 2017). El sistema educativo debe fomentar capacidades y habilidades necesarias para que cada egresado sea capaz de auto



emplearse, también sería excelente contribuir con población estudiantil que responde las expectativas de las empresas competitivas e innovadoras, se demanda una educación o formación para la vida, que los propósitos curriculares respondan al entorno.

Los estudios del Global Entrepreneurship Monitor, sostienen la hipótesis de que existe un efecto positivo de la educación superior en la actividad emprendedora, puesto que las tasas de actividad emprendedora, en general, son siempre mayores que las de las personas con estudios medios y bajos, respectivamente (Pérez et al., 2017), tal definición, evidencia que un individuo que no fue alcanzado por el sistema educativo, tiene mayor posibilidad de emprender, lo cual es índice de que el plan de estudios no fortalece el proceso, el perfil emprendedor y emprendedurismo.

Así mismo los estudios de la agencia regional de innovación en el año 2010, apoyan que las universidades deben considerar más programas de emprendimiento en sus mallas curriculares, coaccionando con sus pedagogías universitarias, siendo parte de la estrategia de enseñanza, de manera interactiva y experimental, la situación desesperante por emplearse de muchos egresados universitarios, permite dar una mirada al proceso de formación, y formar estudiantes con perfiles de independencia y autonomía.

En ese sentido, la Corporación Andina de Fomento (2012) resalta el hecho que, en las economías de alto valor, el rol de las universidades ha sido fundamental en el desarrollo de la sociedad, al ser instituciones las promotoras de la creación y transferencia de conocimiento, y catalizadoras de actividades empresariales basadas principalmente en el emprendimiento y la innovación tecnológica.

Asimismo, existe un consenso en la literatura especializada sobre el rol que desempeñan las universidades en la creación y transferencia del conocimiento, basadas en la innovación y el emprendimiento. Razón por la cual, se destaca el rol de las universidades en la formación y el desarrollo de las capacidades emprendedoras en sus estudiantes para generar valor a través de la creación de empresas. Lo anterior, tal como sugieren los estudios revisados, se tendría que traducir en el incremento de los programas de emprendimiento en las casas superiores.

En ese contexto, es preciso hacer referencia a estudios especializados sobre la actividad emprendedora, que caracterizan el emprendimiento en el país.

La sociedad peruana, está ingerida por individuos a quienes les apetece la idea de independizarse su economía, siendo el 25.1% de emprendimientos impulsada por la población juvenil, y los tipos de emprendimiento cobran cada vez más innovación y

creatividad, sin dejar de lado la tecnología y la información. Pero la tasa de mortandad de emprendimientos continúa aumentando a 6.1% al 2017, en ellos incide muchos factores entre ellos la falta inyección de capital, falta de gestión administrativa, falta de compromiso o conocimiento. Pero es muy confortador saber que le 68.6% de emprendimientos surgen a base de identificación y aprovechamiento de oportunidades y un 15,9% de los individuos con espíritu emprendedor ofrecen productos súper innovadoras al principio, de ello solo el 10% mantienen es esa característica innovadora y relativa durante la existencia de emprendimiento, mientras el 12.8% emprenden por necesidad económica o falta de trabajo en el mercado laboral. Pero también es importante recalcar más de 80% de emprendimiento lo limitan su mercado al nivel regional o local, esto es indicador de que no visiona ampliar su mercado (Serida et al., 2017).

En la actualidad, en la región Apurímac no se cuenta con ningún estudio que proporcione información respecto a la actividad emprendedora en el departamento. Tampoco existen datos y estadísticas sobre el emprendimiento en el ámbito universitario. Debido a lo anterior, no se conoce la situación del emprendimiento; por tanto, se desconoce el número de emprendimientos que se inician, cuántos llegan a la etapa de edad temprana, cuántos llegan a la etapa de madurez y/o crecimiento, y cuáles son las características de los emprendimientos iniciados por los estudiantes. También se desconoce la iniciativa de las universidades públicas y privadas en impulsar programas de emprendimiento, así como de otros actores del ecosistema emprendedor. Asimismo, no se tiene datos y/o información sobre las etapas de emprendimiento que se lleva a cabo dentro de la universidad y sobre el perfil emprendedor de los estudiantes que deciden iniciar un emprendimiento, de tal manera, que el plan de estudios de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, contenga áreas cuyos contenidos curriculares respondan a la necesidad de cada estudiante, así mismo de la sociedad, pero para como sostiene Carl Roger, en primer instancia conocer las percepciones del estudiantes, considerando un ser único y con razón de existencia, para ellos es necesario hacer un diagnóstico.

Por ende, la presente investigación busca elaborar una línea de base sobre la actividad emprendedora en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. En tal margen se procedió con el siguiente planteamiento del problema de investigación.

1.2. Enunciado del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo se desarrolla el emprendimiento empresarial de los estudiantes la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo es el proceso emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?
- ¿Cuál es el perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?
- ¿Cómo es el entorno emprendedor de los estudiantes de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?
- ¿Cuáles son las características de los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?

1.3. Justificación

Justificación teórica, la investigación reafirma las bases teóricas sobre el emprendimiento, así mismo, de las dimensiones, citando adecuadamente al autor, y se encuentran en el apartado de marco teórico referencial.

Relevancia social, el desarrollo de esta investigación, contribuye menormente con los datos obtenidos en los resultados y la recusación, y pueden ser tomadas para emprender programas que desarrolle y fortalezca las capacidades y habilidades emprendedoras de los estudiantes de la región Apurímac y sus 7 provincias, cuyas actividades pueden ser lideradas por los entes educadores. Asimismo, también se desconoce el perfil de aquellos que deciden iniciar un emprendimiento.

En ese sentido, la investigación tendrá una relevancia social y económica, puesto que posee el potencial de contribuir al desarrollo social y económico no solo de la comunidad universitaria, sino también de la sociedad en su conjunto, propiciando un de

manera favorable os rasgos emprendedores de los individuos estudiantes. Peo sobre a las universidades bajo el diagnóstico del presente trabajo puedan tomar acciones para emprender o seguir fortaleciendo las capacidades y habilidades emprendedoras de los estudiantes.

Justificación práctica, los resultados y conclusiones, dar a conocer la realidad de las características emprendedoras de los estudiantes, siendo tomadas como datos pilares para trazarse como meta cambiar o mejorar la realidad social, así como las universidades de la región y el gobierno regional, pueden encausar su esfuerzo en fortalecer la capacidad emprendedoras de los estudiantes apurimeños.

Justificación metodológica, los método, procedimiento e instrumentos de recolección de datos fueron validadas por juicio de expertos, en ese margen el instrumento se replicar la aplicación del instrumento de medición (cuestionario) en diferentes casas superiores.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1. Objetivos de la investigación

2.1.1. Objetivo general

Describir el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019.

2.1.2. Objetivos específicos:

- Describir el proceso emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019.
- Conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019.
- Conocer el entorno emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019.
- Conocer los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019.

2.2. Operacionalización de la variable

2.2.1. Variable

Tal como se señaló en la sección anterior, la variable de estudio de la presente investigación es el emprendimiento empresarial. Por ende, teniendo la investigación un alcance descriptivo se procederá a describir el emprendimiento empresarial.

A continuación, se muestra el cuadro de matriz de Operacionalización de las variables de estudio.

Tabla 1

Operacionalización de la Variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de valores
Emprendimiento empresarial	El emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental frente al descubrimiento de oportunidades. Cuyo valor es inspirado e impulsado por individuos que asumen riesgos bajo control, disponen de tiempo, explotan sus aptitudes, informaciones adquiridas, para dar valor agregado al producto o servicio, así mismo al proceso y factor de la gestión interna y externa del ente que les acoge como trabajador Fayolle (citado en Alcaraz, 2011)	Es necesario conocer el Proceso del emprendedor, Perfil emprendedor, Entorno emprendedor, Emprendimiento para la viabilidad y permanencia de la unidad económica.	D1: Proceso emprendedor D2: Perfil emprendedor D3: Entorno emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Idea de Negocio • Modelo de Negocio • Plan de Negocio • Asesoría y acompañamiento • Desarrollo del Emprendimiento • Retos y dificultades • Limitaciones • Liderazgo • Confianza en las capacidades • Adaptación a cambios • Creatividad • Trabajo en equipo • Tipo de formación • Disponibilidad económica • Aversión al riesgo • Apoyo financiero • Políticas gubernamentales • Programas gubernamentales • Educación y formación • Transferencia de 	<p>Escala Likert</p> <p>1=muy en desacuerdo</p> <p>2= algo en desacuerdo</p> <p>3=ni acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4= algo de acuerdo</p> <p>5=muy en desacuerdo</p>



D4: Emprendimie nto	Investigación y Desarrollo • Infraestructura comercial y profesional • Proceso de creación • Tiempo en el mercado • Formalización • Permanencia • Actividad económica • Prácticas de gestión • Volumen de producción y ventas
---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

El presente estudio tomó en consideración los planteamientos y los resultados de las siguientes investigaciones en sus diferentes niveles:

3.1.1. A nivel internacional

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 de identificar cuáles son los factores que ocasionaron la actividad emprendedora, 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.

Cuyos resultados le permitieron concluir 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. 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 Perú 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).

García (2015) Desarrollo un estudio sobre el “Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad”, y se planteó como objetivo indagar sobre las intenciones de los jóvenes estudiantes universitarios, la investigación alcanzó un nivel descriptivo, y los resultados

estadísticos mostraron que los estudiantes aún no poseían esa iniciativa de emprender, cuyos resultados le ha permitido concluir que la manera de enfrentar las crisis de empleabilidad es a través del emprendimiento empresarial, para los educandos deben incluir el tema de fortalecimiento continuo de las capacidades emprendedoras de cada joven, propiciando un ambiente y materiales necesarios para impulsar el espíritu emprendedor.

González y Morales (2012) emprendieron un estudio sobre: la opción B de los emprendimientos fallidos en Chile, la investigación tuvo como objetivo conocer d juy cerca las características de los emprendimientos que no tuvieron éxito o permanencia en el mercado, identificar las causas principales de la extinción del emprendimientos universitarios en Chile, respecto a la metodología, el estudio método de casos para analizar, en ellos se tuvo que entrevistar con emprendedores fallidos, cuyos datos recogidos fueron analizados bajo una dimensión práctico y teórico con la finalidad de evidenciar las características, conductas, patrones propias que les llevo a optar por la opción elegida, cuyos resultados le han permitido concluir que emprender no es tan solo poner en marcha una empresa si no es la actitud de la vida con mentalidad visionaria lo cual define las características del emprendedor neto exitoso, además se concluyó que los emprendedores que tuvieron que cerrar su emprendimiento no se consideran el fracaso como opción. Se sabe bien que los emprendedores tienen ese rasgo convivir en armonía con la incertidumbre, riesgo y dedicación es algo natural en sus vidas.

3.1.2. A nivel nacional

Morales (2019) Emprendió un estudio de pregrado sobre “Características de emprendimiento empresarial de estudiantes de la escuela profesional de administración de la universidad andina del cusco en el año 2019”, cuyo objetivo fue Identificar las características de emprendimiento en 188 estudiantes a quienes se les aplico el cuestionario, en cuanto a la metodología según su finalidad fue de tipo básica y según su nivel de profundidad fue de tipo descriptivo con un diseño no experimental; cuyos resultados permitieron concluir que el 4.04 de características de emprendimiento están en un nivel bueno, por tanto, se asume que 60% de estudiantes universitarios de los últimos semestres han considerado la opción de emprender y trataron o fortalecieron dicho rasgo emprendedor.

Camarena (2019) realizó un 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”, cuyo objetivo fue estipular la relación que existe entre las variables de estudio, 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 a concluir que la mayoría de los estudiantes poseen esa actitud emprendedora en referencia de crear una empresa (la actitud emprendedora es mayor en relación a la capacidad de creación de mypes) , por tanto se entiende que en la institución investigada los conocimientos están estratificados con el fomento de la cultura emprendedora.

Delgado y Nuñez (2017) Empezaron una investigación de pregrado sobre “Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la facultad de ciencias empresariales”, cuyo objetivo fue determinar las competencias emprendedoras en muestra aleatoria de 302 estudiantes a quienes se administró cuestionario con la finalidad de recoger la información, Se realizó una investigación de tipo descriptivo; cuyos resultados le han permitido concluir que cuanto mayor edad (26 a 32) poseen mayor potencia emprendedor, en el incide muchos factores entre ello esta su formación profesional, la responsabilidad familiar, y además están preparados para aprovechar cada oportunidad que se les presenta, en cuanto al financiamiento no cuentan mucho fondo pero si posee la capacidad de gestión de financiamiento y por supuesto corren riesgos financieros, con montos significativos. la investigación hace comprender que la edad y responsabilidades aumentan nuestro nivel de emprendimiento.

(Rodovich, 2017) Investigación sobre “Actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la universidad inca Garcilazo de la Vega”, se planteó como objetivo demostrar si existe una relación significativa entre las variables de estudio, teniendo como 184 estudiantes del VII, VIII, IX y X ciclo, se recogió la información apoyándose del cuestionario como instrumento, bajo un diseño no experimental y según su nivel de profundidad fue correlacional; cuyos resultados le permitieron concluir que el gran porcentaje de los estudiantes universitarios están ceñidas por actitud

empresaria y están dispuestos a poner en marcha una organización económica. Es decir, la relación estadísticamente de las variables es significativa de +0,77 entre la variable uno y dos.

Benavides y Tupayachi, (2015) desarrollaron un estudio cuyo título fue “Emprendimiento y perfil del emprendedor de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la UNSAAC, durante el periodo 2014-2015” La investigación tuvo por propósito describir la situación actual del emprendimiento de los estudiantes activos, los datos se obtuvieron de las revisiones bibliográficas, web y también se les administró el cuestionario, en cuanto a la metodología según su finalidad fue aplicada-experimental-descriptiva; cuyos resultados le han permitido concluir que el 60% de los estudiantes tienen la mentalidad de trabajar para empresa, su enfoque es el mercado laboral, mientras el 40% de los estudiantes piensan emprender su propio negocio, por tanto se entiende que la facultad no promueve el espíritu emprendedor en sus estudiantes, y un dato excelente es que la aplicación de un taller no es lo suficiente para promover o fortalecer la capacidad emprendedora.

3.1.3. A nivel regional y local

Quispe (2021) desarrolló un estudio cuyo tema de estudio fue “Perfil emprendedor en los estudiantes de IX-X ciclo de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede Abancay, 2019”, cuyo objetivo fue caracterizar el perfil emprendedor de 83 estudiantes a quienes se les administró un cuestionario construido por 36 preguntas, en cuanto a la metodología fue de tipo básica, con un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental-descriptivo; cuyos resultados le permitieron concluir que el 57% de los estudiantes tienen un nivel de emprendimiento alto. Por tanto, la investigación sostiene que la mayoría de los estudiantes tienen visión de emprender, la tarea es identificar los factores que apabullan esa intención emprendedora.

Valreymond (2019) ha realizado una investigación titulada “Factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la región Apurímac, 2018, cuyo objetivo fue factores que influyen en la actitud emprendedora de los 283 estudiantes de la facultad de administración en Tambobamba a quienes se les administró un test de



Likert, en cuanto a la metodología según su finalidad fue básica, de diseño no experimental-explicativa, cuyos resultados del estudio le permitieron concluir que la expectativa y el ambiente universitario son los factores que influyen significativamente en la variable 2. Por tanto, es de vital importancia abordar y moldear los pensamientos o expectativas estudiantiles con una visión positiva de éxitos empresariales.

Ortiz (2015) emprendió una investigación sobre “La Educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015”, cuyo objetivo fue identificar el grado de influencia de la variable 1 en la variable 2 en 110 estudiantes de la facultad a quienes se les administro el cuestionario, en cuanto a la metodología según su finalidad fue de tipo básica, con un diseño no experimental-explicativo por lo cual es evidenciar las causas de la variable dependiente, cuyos resultados le han permitido concluir que existe una relación significativa entre las variables, es decir hay una dependencia y la mayoría estudiantes están en un nivel favorable en cuanto a la actitud emprendedora, además del total de la muestra solo 9 estudiantes tiene un emprendimiento en funcionamiento. Por tanto, la educación juega un papel importante en los estudiantes, por tal motivo es importante recalcar que en el diseño curricular se debe considera aspectos o programas que promuevan la capacidad emprendedora del estudiante universitario.

3.2. Marco teórico

3.2.1. Emprendimiento

3.2.1.1. Definición de emprendimiento

Fayolle (citado en Alcaraz, 2011) respecto a la definición de emprendimiento sostiene lo siguiente:

El emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental. Este valor es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio. El producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera

de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo (p. 31)

Por su parte, Vásquez (2017), sostienen “que emprender "es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone”

Vásquez (2017) sostiene que “resulta imposible hablar de este asunto y no relacionarlo con el término de innovación ya que son indispensables y cuando se unen la organización sólo tiene que celebrar” (p.24).

Chiavenato (2008) define que “el emprendedor es la esencia de la innovación haciendo obsoletas las viejas formas de hacer negocios” (p.70)

Y la Fundación Bancaja (2006) sostiene que emprender es un acto de poner en marcha una actividad económica, en cuanto se haya descubierto oportunidades de satisfacer necesidades.

Además, la Fundación Bancaja (2006) respecto al entrepreneurship (emprendimiento) agrega lo siguiente:

Entrepreneurship se presenta muchas veces bajo las denominaciones de factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial e incluso se habla de “espíritu” empresarial. El factor empresarial se entiende como un nuevo factor de producción distinto de los clásicos tierra, trabajo y capital, lo que obliga a explicar su remuneración a través de la renta del empresario unida de la escasez de personas con capacidades empresariales. La consideración como función empresarial hace referencia al descubrimiento y explotación de oportunidades, a la creación de empresas. Por comportamiento emprendedor entendemos que consiga combinar innovación, toma de riesgos y proactividad (Miller, 1983). En otras palabras, combina las teorías clásicas del emprendedor innovador de Schumpeter (1934, 1942), el emprendedor que toma riesgos y ocupa una posición de incertidumbre propuesto por Knight (1921), y el emprendedor que toma la iniciativa, tiene imaginación, y crea nuevas oportunidades. Al hablar de la iniciativa empresarial se quiere destacar las razones para anticiparse correctamente a las imperfecciones de los mercados o bien la capacidad para la innovación para crear una “nueva combinación”. La iniciativa empresarial abarca creación, toma de riesgos, renovación o innovación dentro o fuera de una organización existente. Por

último, el espíritu empresarial destaca, frente a la explotación de oportunidades de negocio propias de los directivos, la exploración, la búsqueda y la innovación. (p. 8)

Entre tanto Meliá et al., (2015) señalan que “el emprendimiento es un término que hoy en día es muy utilizado de forma amplia y no siempre muy precisa. Sin embargo, puede ser entendido como la acción de implementar o desarrollar una idea o negocio en el ámbito de una empresa” (p.34).

Meliá et al., (2015) sostienen que “es necesario relacionar emprendimiento con innovación, que implica vincular los emprendedores a la innovación y los procesos de cambio, así como tener una visión del emprendimiento como oportunidad para la innovación y la mejora de la competitividad” (p.35).

El emprendimiento puede influir en el cambio del modelo económico de un país, ya que trae consigo una oportunidad de innovar y mejorar la perspectiva económica, con frecuencia los nuevos emprendimientos están caracterizadas por la tecnología e información de punta, ofreciendo productos y/u servicios innovados (Meliá, 2015).

Asimismo, Kuratko y Hodgetts (citado en Montoya, 2015) señala que emprender es la esencia de una visión innovada, y necesariamente revestida de cambio creativo y creación, buscando satisfacer necesidades y proporcionar alternativas de solución a los problemas, entre los rasgos del emprendedor se halla la capacidad de asumir riesgos controlable, en cuanto financiamiento el emprendedor tiene la habilidad de buscar financiamientos de manera creativa, además de ello su plan de negocio es sólida, visionaria llena de oportunidades, donde con frecuencia una persona lo ve un caos el emprendedor neto lo ve oportunidades.

Para Stevenson y Jarillo (citados en Cuervo, Ribeiro y Roig, s.f.) emprender también es cuando un individuo persigue oportunidades y fomenta creatividad dentro de la organización que labora como empleado.

Según Cuervo et al. (s.f.) el entrepreneurship es vital para el crecimiento de una economía, dicho proceso empieza con identificación y evaluación de las oportunidades de emprender, ya sea creando una nueva empresa o innovando una organización económica existente, como consecuencia se tendrá nuevas oportunidades laborales, y de manera indirecta se busca el bienestar global.



3.2.2. Las teorías del emprendimiento

Enfoques	Definición
Económico	<p>Podemos decir que fue el primer enfoque que le dio al término emprendimiento para poder adentrarse en su definición, son los economistas los pioneros en interesarse en el tema investigado y sin duda lo llevaron al campo económico, y sostuvieron que emprendimiento es equivalente al empresario (Rocha y Giraldo (2015)</p> <p>En ese margen económico los empresarios juegan un rol importante, por tanto, los estudios enfocan su mirada de investigación a los empresarios y los primeros hombres que se adentraron en el tema son Say, Marshall, Clark, Mill entre otros estudiosos.</p> <p>Según Hebert y Link (1988) el término empresario sistematiza en doce ideas, para el autor ser empresario es saber asumir y sobrellevar riesgos sumado con incertidumbre, el financiador, un individuo que renueva e innova, el líder, el organizador y coordinador, propietario de una empresa, contratistas, así mismo, el empresario es considerado arbitro y direcciona recursos.</p> <p>El enfoque económico desarrollado durante la primera etapa de estudios sobre el emprendimiento, se caracteriza por la carencia de puntos en común sobre la definición de empresario (emprendedor) y su función. (Hebert y Link, 1988)</p> <p>La posible causa de esta situación es la tendencia a tratar de formular definiciones desde un enfoque esencialista, el cual aspira reconocer por medio de la percepción las características que le son esenciales a un objeto (Hebert y Link, 1988)</p> <p>El esencialismo postula, que la esencia precede la existencia, por lo tanto, se tiene como resultado la negación de la libertad del individuo, reduciéndolo al producto de</p>

determinismos o esquemas de causalidad que lo definen y que no puede extraer (Hebert y Link, 1988)

Gerencial

Conforme va pasando los años, cobraba importancia el área de administración en las organizaciones, y en la ciencia tomándose como disciplina, es entonces gesta esa necesidad de profundizar el emprendimiento desde una perspectiva holística, desde el ámbito social, económico, administrativa, pero sobre todo centrándose en la toma de decisión y la puesta en marcha de la empresa (Rocha y Giraldo, 2015). Además, Rocha y Giraldo (2015) manifiestan que “el enfoque gerencial se puede someter a análisis, mediante el estudio de los siguientes aportes teóricos: los clásicos de la administración, Drucker y la innovación, Porter y la competitividad, Estrategias adaptativas y asertivas, y otros aportes: la mano invisible” (p.24)

Sociológico

El enfoque sociológico, segmenta o dimensiona la manera de estudiar o enfocar el emprendimiento, es decir, aborda desde diferentes perspectivas, y cada enfoque se adentra en un solo elemento, proceso de emprendimiento, descuidando de que cada actividad de forma parte de proceso de emprendimiento están interrelacionadas, es por ello que enfoque sociológico complica la determinación exacta de factores de emprendimiento, pero, si evidencia los factores externos o el entorno que impulsa al emprendedor para que pueda poner en marcha una unidad económica (Rocha y Giraldo, 2015).

Psicológico

A lo largo de la historia, los estudiosos siempre buscaron saber y conocer, las razones y características subjetivas, emocionales que hacen que un individuo pueda emprender, son rasgos psicológicos, algo propios e internos del individuo, dichos rasgos solo podemos entender gracias al aporte del enfoque psicológico, estas escuelas explican esos

elementos internos que caracteriza a un emprendedor (Rocha y Giraldo, 2015).

3.2.3. El emprendedor

3.2.3.1. Definición de emprendedor

El individuo que se atreve dar el primer paso de hacer realidad su idea está corriendo un riesgo por tanto es emprendedor, el termino emprendedor tiene sus orígenes en palabras latín *imprendere*, que lo define como a un individuo a quien no le da miedo asumir riesgo, tareas nuevas y difíciles, actúa. En Francia se denominó *entrepreneur* de donde deriva el *entrepreneurship* y esto describe al emprendedor de manera objetiva y subjetiva en toda su integridad (Amaru, 2008).

Cada continente, país, región aprendieron a definir el termino emprendedor acorde a sus circunstancias y ámbitos, en el ámbito de negocio, el emprendedor es un empresario, que puso e marcha una unidad económica con la finalidad de lucrar (Alcarraz, 2011).

Mientras Finley (1990) describe al emprendedor como un individuo que se atreve a poner en marcha u operar un conjunto de actividades económicas.

Pero Say (1800) citado por Drucker (1989) lo clasifica como un “buen administrador”.

Mientras para los académicos, emprender es un término que reúne las características que posee una persona para visionar, trazar metas, estrategias para concretizar los metas trazados.

Es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos (p. 102).

Así mismo, Shefsky (1997) y Baumol (1993) refieren que “el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por los demás individuos” (p.113).

Por lo general estas personas odian la rutina, la costumbre por ende se proponen innovar, cambiar buscando una mejoría de la realidad, además son individuos que por lo general se adentran en negocios exitosos, visionando desde otra perspectiva al mercado demandante (Siropolis, 1990)

El emprendedor es aquella persona que posee esa capacidad de darle buen uso o invertir los recursos económicos tangibles (Hatten, 1997). Asume responsabilidades de acción además es capaz de identificar necesidades, oportunidades de negocio, para Hatten el emprendedor es una persona que tiene esa habilidad de captar información y darle buen uso y mucho mejor a los recursos económicos y materiales.

Pero además de darle buen uso a los recursos disponible, el emprendedor agrega un valor extra al proceso o producto (Morris y Kuratko, 2002). El emprendedor tiene el dominio de concentrar su mente tan solo en un objetivo elegido, ignorando al 100% los distractores, dicha concentración se convierte en factor positivo para que puede suministrar de recursos materiales y económicos a la idea de negocio.

Harper (1991) sostiene que “son personas capaces de revelar oportunidades; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza” (p.68).

Mientras Schumpeter (1934) afirma que “la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender; ya que los emprendedores son personas capaces de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos” (p. 2).

Entre tanto, Herrera y Montoya (2013) señala que “el emprendedor es considerado como una persona creativa, persistente, innovadora, flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, generadora de empleo, transformadora de recursos, entre otras actividades económicas, sociales, ambientales y políticas” (p. 28).

Asimismo, Silva (2008) sostiene que “emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo, por tanto, los emprendedores son los principales agentes de cambio de la sociedad” (p. 24).

Emprendedor es esa persona que se lanza a inversiones con alto riesgo, apostando sus habilidades y capacidades emprendedoras, sencillamente no huyen del riesgo al contrario afronta al riesgo (Vallmitjana, 2014)

Los emprendedores son personas que identifican oportunidad de crear un negocio, satisfaciendo las necesidades identificadas, pero en el transcurso siempre asumen riesgos, incertidumbre. En el ámbito laboral emprendedor es la persona que siempre está impulsando cambio, pensando darle un valor agregado al producto o servicio, algo nuevo, novedoso (Longenecker et al., 2010)

Son capacidades, habilidades y rasgos netos de un individuo, es por ello es capaz de detectar oportunidades de emprender, es sensible a las necesidades de la sociedad y tiene ese anhelo de satisfacerlas, pero sobre todo, tiene esa habilidad de gestionar y movilizar los recursos financieros, humanos y materiales, que son necesarias para convertir en realidad ese sueño de tener un emprendimiento propio, aunque la situación se torne complicado, el emprendedor sabe afrontar con estrategias, entrega y en muchas ocasiones las adversidades lo convierte en oportunidades de aprender, mejorar y prosperar (Vallmitjana, 2014)

En concordancia con lo anterior, Vallmitjana (2014) agrega: “se describe al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento” (p. 47).

3.2.3.2. Evolución del concepto emprendedor: una visión histórica desde las escuelas

a) Los clásicos

Herrera y Montoya (2013) sostienen que “la mayoría de historiadores tuvo sus orígenes a comienzos del siglo XVIII en Francia, con los fisiócratas, desprendiéndose de este fenómeno el entrepreneurs, con Cantillon y luego se sumaron los planteamientos con la innovación y el riesgo” (p.34).

Tabla 2

Aportes de los Neoclásicos al Concepto de Emprendedor

Autor	Definición	Caracterización
Cantillon (1680-1734)	Persona que asume un nuevo proyecto, corre riesgo de los resultados a diferentes precios, es sobre todo una persona que compra y vende con precio diferentes al mercado.	Se expone a riesgos, pero bajo control, así mismo asume riesgos ocasionados por el desequilibrio entre la oferta y demanda en el mercado.
Say (1767-1832)	Son los pioneros de las actividades económicas, son agentes que dinamizan el mercado, y en el valor agregado que le da al bien o servicio recupera el capital invertido.	Liderazgo, tomador de decisiones, asume riesgos,
Smith (1723-1790)	El emprendedor es business management ante los riesgos externos, es considerado como empresario.	Entregado al trabajo, innovador y arriesgado.
von Thunen (1783-1850)	Persona que toma decisiones en situaciones ambiguas, sin descuidar la información.	Inteligente, toma riesgo, sobrelleva situaciones ambiguas-incertidumbres.

Nota: Elaboración a partir de Herrera y Montoya (2013)

b) Los neoclásicos

Según Herrera y Montoya (2004) sostiene que “las ideas de los neoclásicos empiezan a principio del siglo XX, destacándose Weber, quien analiza la actuación del emprendedor en la economía, además de otros autores que surgieron con el florecimiento de la economía estadounidense, como Walter, Hawley, Clark y Knigth” (p. 45).

Tabla 3

Aportes de los Neoclásicos al Concepto de Emprendedor

Autor	Definición	Caracterización
Max Weber (1864-1920)	Son personas con mentalidad y conducta diferentes a los demás, y siempre está en constancia de multiplicar sus recursos económicos y materiales.	Líder, con carisma, persona laboriosa
Alfred Marshall (1842-1924)	Persona que tiene ese raso de capitalista y con necesidad de auto realizarse, y con frecuencia son personas que están al mando	capitalista, líder, asume riesgos

	y no temen actuar bajo incertidumbre y riesgo como la ausencia de información.	
John M. Keynes (1883-1946)	Trabajador superior con ideas originales y busca generar mayor rentabilidad a la empresa donde labora.	Líder con carisma, actor espontáneo (Rodríguez y Jiménez, 2005).
Frederick Hawley (1843-1929)	Persona que toma riesgos con alcanzar de ver el crecimiento de su economía familiar y de su país, busca el bien común. (Rodríguez y Jiménez, 2005).	Tomador de riesgo (Rodríguez y Jiménez, 2005).
Bates Clark (1847-1938)	Persona que dirige y coordina la actividad económica (Rodríguez y Jiménez, 2005).	No asume riesgos (Rodríguez y Jiménez, 2005).

Nota: Elaboración a partir de Herrera y Montoya (2013)

c) La escuela de Schumpeter

Herrera y Montoya (2013) señalan que “Schumpeter habló de las fuerzas que generan inestabilidad o desequilibrio en los mercados, de acuerdo con el concepto de destrucción creativa, como forma para describir el proceso de transformación que acompaña las innovaciones” (p.35).

Tabla 4

Aportes de la Escuela de Schumpeter al Concepto de Emprendedor

Autor	Definición	Caracterización
J. Schumpeter (1883-1950)	Persona diferente a lo común, y siempre está buscando cambios, innovaciones en su actividad por tanto esta se vuelve algo inestable en el mercado, además estas personas cada oportunidad lo convierte en idea de negocio y no solo ideas si no pone en marcha las ideas, el mercado lo ve como personas que alteran la estabilidad del mercado con sus innovaciones (Stevenson y Jarillo, 1990) que no es un capitalista tan poco inventor, pero si toma decisiones innovadoras.	Posee aptitudes extraordinarias, posee una capacidad para resolver problemas, toma decisiones, rompe tradiciones, es imaginativo, creativo, innovador (Goss, 2005); además es un gran líder.

Nota: Elaboración a partir de Herrera y Montoya (2013)

d) La escuela austriaca

Herrera y Montoya (2013) señalan que “actualmente, el pensamiento de la escuela austriaca defiende el equilibrio que genera el emprendedor en el mercado al lograr mejorar y hacer más eficiente la



red comercial, anular las turbulencias y crear nuevas riquezas, caracterizándose por su estado de alerta a las oportunidades” (p.42).

Tabla 5

Aportes de la Escuela Austriaca al Concepto de Emprendedor

Autor	Definición	Caracter
Ludwig (1881-1973)	Persona que sobrelleva situación de incertidumbre simple con la mira de responder a las demandas del mercado (Kirzner, 1997)	Es imaginativo, audaz, es evaluador, empresario, factor emprendedor (González et al., 2010)
Freidrich Hayek (1899-1992)	Aquella persona que se forra de la mejor información sobre la competitividad del mercado y afronta a ello con audacia (Kirzner, 1997).	Preparado para las sorpresas, aprende de los errores, capta información y lo sabe utilizar en las nuevas oportunidades (Nueno, 2009).
Israel Kirzner (1930)	Percibe oportunidades donde nadie lo ha percibido, porque tiene esa sensibilidad hacia las necesidades y problemas de la sociedad o de su entorno (Kirzner, 1997,	Potencialidad de percibir nuevas oportunidades, asimila los errores y saca ventaja

Nota: Elaboración a partir de Herrera y Montoya (2013)

e) Otras escuelas de pensamiento según Fonrouge

Herrera y Montoya (2013) señalan que “el American Journal of Small Business presentó en 1998 una amplia discusión sobre la función del emprendedor, siendo este un punto de partida para reconocer la complejidad y variedad de su análisis. El resultado de aquello fue el aporte de investigadores críticos con relación al tema de las escuelas de pensamiento empresarial” (p.47).

Tabla 6

Aportes de otras Escuelas de Pensamiento Según Fonrouge al Concepto de Emprendedor

Escuela	Definición	Caracterización
Escuela psicológica personalistas y cognitivas	Dan importancia al aspecto psicológico y proceso cognitivos (Rodríguez y Jiménez, 2005).	Rasgos personales, su mentalidad innovadora, motivación para perseverar (Shaver y Scott, 1991).
Escuela comportamental	Actividades que aluden la creación de una organización (Rodríguez y Jiménez, 2005).	tienen la necesidad de dependencia y de cumplimiento

Escuela económica	persona que toma decisiones bajo certidumbre e informada teniendo en consideración la escasa economía y es consiente que su decisión tiene amplia Fomento de	Persona que define desde diferentes perspectivas al recurso y se suma al proceso donde se le da un valor agregado al producto, (Venkataraman, 2000).
Escuela de procesos	oportunidades y crea una organización para explotarla (Bygrave y Hofer, (1991), teniendo en control la economía	Persona que impulsa cambio, innovación de manera voluntaria, garantizando resultados positivos (Bygrave y Hofer, 1991).

Nota: Elaboración a partir de Herrera y Montoya (2013)

f) Aportes generales de otros autores

Herrera y Montoya (2013) sostienen que “debido a que los anteriores planteamientos, resultan insuficientes para explicar todo lo referente al emprendedor y su actividad, se recopilan algunos aportes realizados por otros autores en el tema del emprendimiento, desde investigaciones empírica hasta otras más teóricas, todo esto con el propósito de construir un cuerpo teórico más nutrido alrededor del emprendedor” (p. 50)

Tabla 7

Aportes Generales de otros Autores al Concepto de Emprendedor

Autor	Contribución	Autor	Contribución
William Baumol	Identificador de ideas nuevas y se encarga de poner en marcha la idea, además lidera y es como paradigma	John Hornaday y John Aboud	Individuo que emprende un negocio donde antes no había ningún negocio (Varela, 2001).
Orvis Collins y. Moore	Individuo que presenta una organización de nada (Varela, 2001).	Gordon Baty	Fuente de mayor producción y rentabilidad (Kirzner, 1973; Varela, 2001).



Howard H. Stevenson	<p>Visiona oportunidades sin tener recurso a la disponibilidad (Varela, 2001); además es innovador, para si es necesario crea una nueva organización, y tener esa habilidad sensible a identificar oportunidades y la capacidad poner en marcha aun sin disponer de recursos.</p>	Robert Ronstadt	<p>Asume riesgos económicos, dispone de tiempo, es comprometido, asigna recursos, y está sujeto a cambios (Ocampo, 2008).</p>
Kirk Draiheim	<p>Es el factor principal, el iniciador de la actividad económica y por lo general ocupa el puesto de administrador o gerente (Varela, 2001).</p>	Harvey Leibenstein	<p>Persona que se somete a cualquier proceso de alto riesgo todo con la finalidad de crear una empresa y trascender en l mercado con productos nuevos.</p>

Nota: Elaboración a partir de Herrera y Montoya (2013)

3.2.3.3. El Perfil del emprendedor

Alcaraz (2011) afirma que “características como factores motivacionales, características personales, características físicas, características intelectuales y competencias generales distingue al emprendedor de los demás individuos” (p. 35).

Todo emprendedor esta ceñida de la necesidad de hacer realidad una idea de negocio, la necesidad de hacerse ver como persona importante ante la sociedad, la necesidad de alcanzar un nivel económico estable, quiere independizarse económicamente entre otros factores menciona. Asimismo, las características personales como a la iniciativa, la capacidad de tomar decisiones favorables, la capacidad de asumir riesgos, situaciones de incertidumbre son rasgos propios del e prendedor neto. A ello no son exánime las características físicas y subjetivas como la versatilidad, la flexibilidad, creatividad, la imaginación. Finalmente, dentro de las competencias del emprendedor esta su liderazgo, su interacción con los clientes, capacidad para conseguir financiamiento, ama la calidad y su capacidad comunicativa (Alcaraz, 2011)



Por su parte, Amaru (2008) afirma que “se han realizado diversos estudios sobre el comportamiento del emprendedor, los cuales muestran características de comportamiento que se manifiestan y se combinan de diferentes formas y grados de intensidad, en distintas personas” (p. 4).

Asimismo, según Kao (1989) el emprendedor es una persona con características muy particulares y se detallan a continuación:

Compromiso total, determinación y perseverancia; capacidad para alcanzar metas; orientación a las metas y oportunidades; iniciativa y responsabilidad; persistencia en la solución de problemas; realismo; autoconfianza; altos niveles de energía; busca de realimentación; control interno alto; toma de riesgos calculados; baja necesidad de estatus y poder; integridad y confiabilidad; y la tolerancia al cambio (p.60).

Por su parte, Serida et al., (2016) señalan que “el perfil de emprendedor implica conocer en profundidad al emprendedor, considerando sus características demográficas, actitudinales, percepciones y aspiraciones” (p.34).

Entre tanto, al hacer referencia al perfil del emprendedor, el Global Entrepreneurship Monitor Colombia (2014) señala que, se trata de un análisis del perfil de los emprendedores en relación con su género, educación, nivel de ingresos y situación laboral.

3.2.3.4. Tipos de emprendedores

Según Schollhammer (citado en Alcaraz, 2011) los emprendedores pueden clasificarse en cinco tipos de personalidades y nombra continuación:

El emprendedor administrativo, hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas; el emprendedor oportunista, busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean; el emprendedor adquisitivo, se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace; el emprendedor incubador, en su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente; el emprendedor imitador. Genera sus

procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos (p.54)

3.2.3.5. El proceso emprendedor

Ramos, Moreno y Gómez (2012) señalan que “la creación de empresas involucra un conjunto de actividades, que incluyen desde la identificación de la oportunidad hasta el crecimiento de la nueva empresa” (p. 40).

Por su parte, Pérez (2011) sostiene que “el proceso emprendedor es el núcleo de cualquier iniciativa emprendedora, es el proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación de explotación de oportunidades” (p.36).

Además, Pérez (2011) refiere que “los elementos a señalar dentro del proceso, es la idea de negocio junto con la oportunidad de negocio, el plan de negocio, el empresario; y los recursos financieros” (p.33).

Urbano y Toledano (2008) sostiene que “el proceso emprendedor es aquel proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades” (p. 45).

3.2.3.5.1. Elementos del proceso emprendedor

Según Urbano y Toledano (2008) los elementos del proceso emprendedor son “la oportunidad de negocio, los recursos necesarios para su aprovechamiento; y la figura del empresario o equipo fundador” (p. 37).

a. La oportunidad de negocio

Urbano y Toledano (2008) sostiene que “la oportunidad de negocio se sitúa en el núcleo del proceso emprendedor, puesto que, empresarios exitosos e inversores han señalado muchas veces que una buena idea, necesariamente, no temen por qué ser una buena oportunidad” (p.43).

b. Los recursos

Urbano y Toledano (2008) sostienen que “junto a los recursos económicos, son los recursos humanos, los físicos o tangibles y los intangibles los que completan el apartado

de recursos necesarios para desarrollar el proceso emprendedor y los recursos son factores que completan la realización del negocio” (p.44).

c. El empresario y/o equipo fundador

Urbano y Toledano (2008) sostienen que “las cualidades del empresario o del equipo fundador es de vital importancia en el éxito de las iniciativas emprendedoras” (p.53).

Los inversores capitalistas son los primeros financiadores de una idea de negocio viable y rentable, además de la creatividad es importante que el emprendedor cuente con conocimientos, habilidades y actitudes de perseverancia y constancia en su meta trazada, de esa manera un emprendedor garantiza el éxito del emprendimiento (Urbano y Toledano, 2008)

3.2.3.5.2. La planificación del proceso emprendedor

La planificación muestra a detalle las ideas del emprendedor, se anticipa a los hechos, pero no garantiza el éxito, ya que para financiar tanto los entes públicos y privados van requerir de una síntesis rotunda de la viabilidad y rentabilidad del plan de negocio. Por tanto, un plan no es garantía de éxito de la ejecución del plan de negocio peros si, hace lineamiento del proceso (Urbano y Toledano, 2008).

I) El proceso de planificación: etapas

Consiste en definir los pasos a seguir para concretizar los objetivos trazados y son los siguientes pasos según (Urbano y Toledano, 2008) en primera instancia se establece el objetivo, adentrarse en las informaciones, evaluar las alternativas y plasmar el pan en unos documentos.

II) La planificación de la ejecución de plan de negocios

Urbano y Toledano (2008) sostienen que “dichas etapas suelen corresponderse con lo que se ha denominado como la gestación de la idea, creación de la empresa o proyecto,

lanzamiento o proyección y la consolidación del proyecto” (p.57).

Durante la etapa de gestión de ideas se plantea los objetivo, productos, servicios, y es la etapa de concretización del plan o proyecto es donde se materializa y se busca financiamiento, disposición de recurso humanos materiales y es considerada la etapa más larga del todo el proceso, en el punto de lanzamiento del negocio prácticamente es el primer día de apertura, inicio de actividad , donde se revive el organigrama de del equipo y poner en funcionamiento administrativo y operativo de la empresa, y en la etapa de consolidación el emprendimiento demuestra su sobrevivencia al mercado y garantiza su permanencia (Urbano y Toledano, 2008).

3.2.3.6. Modelos de creación de empresas

3.2.3.6.1. El Modelo de Galbraith

Según Galbraith (citado en Ramos et al., 2012), las cuatro etapas del proceso consisten en lo siguiente etapas:

En La primera etapa, denominada invención y elaboración del modelo o prototipo, la empresa aún no existe, hasta entonces solo existe la idea de negocio y el emprendedor, por tanto, se trabaja en el desarrollo de un primer prototipo, el cual será objeto de intercambio o la oferta que en particular se llevará al mercado, en esta etapa, además del emprendedor se involucran expertos técnicos y/o expertos de gestión; En la segunda etapa, llamada prueba de modelo, se avanza en el desarrollo tecnológico del prototipo y se comienza con la fabricación; En la tercera etapa, conocida como producción, se lleva a cabo la puesta en marcha de la empresa, es decir, la empresa ofrece al mercado su producto e inicia operaciones, en esta etapa cobran importancia la administración financiera y la de recursos humanos; En la cuarta etapa, denominada crecimiento natural,

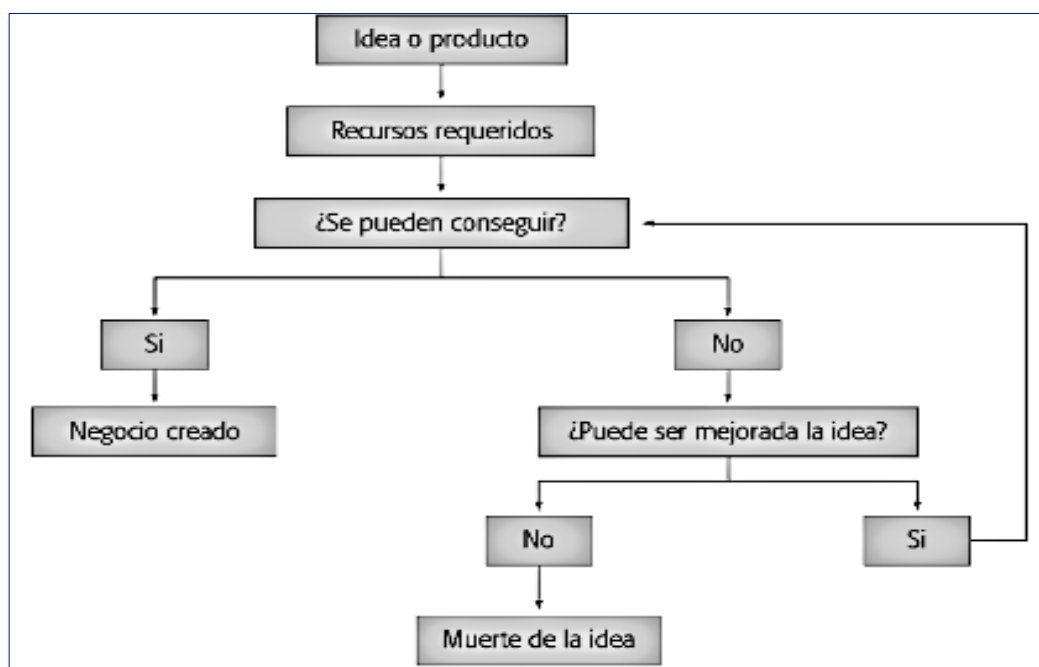
la empresa comienza a acrecer de acuerdo con el mercado (p.23).

3.2.3.6.2. El Modelo de Birley

Birley (1985) propone un “modelo de creación, que además de abordar el proceso completo, evalúa la manera en que el emprendedor le da forma a su idea de negocio y la evalúa en términos prácticos tanto para empresa nuevas o establecidas” (p.24).

Figura 1

Modelo de Creación de Empresas de Birley.



Nota: Elaboración a partir de Birley (1985) citado por Ramos et al. (2012)

3.2.3.6.3. El Modelo de Veciana

Según Veciana (citado en Ramos et al., 2012) analiza el proceso emprendedor en cuatro etapas y son las siguientes:

La gestación, en esta etapa donde se matiza las ideas de creación, donde se desvela la infancia, los antecedentes familiares, su profesionalidad del emprendedor. La segunda etapa es la creación, involucra la identificación de la oportunidad y su evaluación, al igual que la elaboración del



plan de negocios y la creación formal de la empresa, en esta fase son importantes la intuición, la visión de futuro, la capacidad y experiencia, y la claridad y solidez del plan de negocios. Como tercera etapa está el lanzamiento o puesta en marcha de la empresa, aquí cobra importancia la incorporación de nuevos miembros, también son importantes la adquisición y organización de recursos, el desarrollo del producto y la financiación; y finalmente la consolidación, en esta etapa el emprendedor se pone a prueba, ya que se puede presentar la necesidad de tomar decisiones difíciles de ejecutar, como expulsar socios y hasta ceder parte del control de la empresa (p. 25).

3.2.3.6.4. El Modelo de Reynolds y Miller

Ramos et al (2012) señalan que “este modelo concibe la creación de una nueva empresa como un evento compuesto por dos etapas: nacimiento y post-nacimiento” (p. 26)

En la etapa de nacimiento surge la idea de emprender, el individuo toma la decisión, solidifica el plan de negocio, los productos, servicio, el recurso humano y recurso económico, mientras en la etapa de post-nacimiento la empresa continúa creciendo, apertura nuevas áreas, se amplía en mercado por tal motivo se contrata más personales (Ramos et al, 2012)

3.2.3.6.5. El Modelo de Bhave

Bhave (citado en Ramos et al., 2012) sostiene que “el proceso emprendedor se descompone en tres etapas como la identificación de la oportunidad, creación de la empresa y comercialización” (p. 14)

La etapa 1, se dan cuando el emprendedor ubica, reconoce las oportunidades de negocio o necesidades por satisfacer, dicha etapa es latente durante todo el proceso de emprendimiento, en todo aspecto del negocio, ya sea en referencia al cliente,

proveedor, producto o procesos de valor de agregado (Bhave, citado en ramos et al., 2012).

La segunda etapa, consiste en materializar el emprendimiento, la empresa ya está en marcha, operando con sus productos o servicios, asimismo, se gestiona la parte administrativa (Bhave, citado en Ramos et al., 2012)

Finalmente, la tercera etapa, la comercialización, dando inicio en la cadena de suministros para obtener un bien y gestionar su distribución en el mercado, este proceso es cíclica y retroalimentada (Bhave, citado en ramos et al., 2012).

3.2.3.6.6. El Modelo de Gartner

Gartner (citado en Castro, Rachida y Olivares, 2008) sostiene que “para entender el proceso de la creación de empresas es necesario entender el problema en su contexto y que el emprendedor es solo un elemento más del mismo” (p.172)

Gartner (citado en Castro et al., 2008) sostiene 6 áreas y son “la búsqueda de oportunidades, la acumulación de recursos, la compra de productos y servicios, el proceso de producción, la posibilidad de crear una organización que sostenga el proceso emprendedor, y la posibilidad de responder a la sociedad y a los gobiernos” (p.172)

3.2.3.7. Etapas del proceso emprendedor

Los procesos de etapas de emprendimiento pueden variar, dejándose influir por factores y contextos situacionales, y existen diferentes autores que sostienen variedad de procesos de emprendimiento (Schnarch, 2014) El proceso emprendedor según (Schnarch, 2014) consta de nueve pasos o etapas podemos definirlos de la siguiente manera:

Motivación y competencias (caracterizado por las capacidades, conocimientos y habilidades para emprender, además de la estimulación para hacerlo); **Identificación de la idea de negocio** (búsqueda de necesidades insatisfechas); **Selección y evaluación de la idea** (elegir una propuesta o idea analizado sus ventajas); **Desarrollo del concepto de la**

oferta (transformar la idea en concepto, es decir explicar cómo se va concretizar); **Validación de la oportunidad de negocio** (lanzamiento del producto o servicio al mercado, y aceptar el rechazo o acogida del mercado); **Plan y modelo de negocio** (etapa donde describe la fórmula con la que una organización crea, entrega y captura valor); **Análisis económico y recursos** (incluye marketing, recursos humanos, finanzas y operaciones); **Nacimiento y supervivencia** (estrategia y planes); **Crecimiento y desarrollo** (planear y ejecutar estrategias). (p.21)

3.2.3.8. El entorno emprendedor y el ecosistema emprendedor

a) El entorno emprendedor

Gartner (citado en Castro et al., 2008) sostiene que “el entorno emprendedor hace referencia a aquellas características del contexto que impulsan y aceleran el proceso de creación de empresas, tales como la presencia de capital, emprendedores con experiencia, una fuerza de trabajo especializada, servicios de apoyo entre otros” (p.11)

En los últimos años es bastante habitual escuchar sobre el termino ecosistema innovador, referendos al entorno o condiciones óptimas que propician que un individuo o conjunto de individuos fortalezcan sus capacidades, rasgos, y habilidades emprendedoras, por tanto, el entono tiene el potencial de influir en los emprendimientos existentes y también en los rasgos personales del individuo (Mientras y Rebollar, 2013)

Según Levie y Actio (1999) las características más relevantes que debe ser analizada son nueve y se nombra a continuación:

Apoyo financiero, Políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación y formación, Transferencia de investigación y desarrollo, Infraestructura comercial y profesional, Apertura del mercado interno y las Normas sociales y culturales (p. 45).

b) El ecosistema emprendedor

Es un conjunto de organismos y personas que se asocian para fortalecer el emprendimiento y negocios mediante programas, capacitaciones con

la finalidad de contribuir al desarrollo de su contexto (Acción empresarial, 2013).

La misión de los ecosistemas son los emprendedores, buscar su bienestar y prosperidad, propiciado que haya un trabajo en equipo buscando un bien en común, es decir trabajo de mano con el emprendedor, comprendiendo su particularidad de cada emprendimiento. (Acción empresarial, 2013).

Y según (Acción empresarial, 2013) los elementos que forman parte de los ecosistemas emprendedores son:

Organismos de apoyo, fondos de capital emprendedor, empresas, buscan innovaciones para mantenerse vigentes en los mercados competitivos, universidades, que tienen un doble rol formar a los emprendedores, centros de investigación y de desarrollo tecnológico, gobierno, medios de comunicación (P. 23).

3.2.3.9. Manifestaciones del emprendimiento

Los emprendimientos a lo largo de la historia han formado parte de mypes, pero hoy en día los emprendimientos se caracterizan por innovación, creatividad, capacidad de asumir riesgos, y se adecua a cualquier circunstancia y como consecuencia puede formar una organización empresarial (Urbano y Toledano, 2008).

Por tato, según Urbano y Toledano (2008) el emprendimiento podría adecuarse en “empresas nuevas, viejas, e entes públicos, privados, ya sea en la parte externa o interna de la organización” (p. 34)

Emprender no es solo crear una empresa es también formar parte de una empresa mediante franquicias ya con un mercado ganada y amplia, mucho mejor si en tal proceso de implementa la creatividad e innovación (Urbano y Toledano, 2008)

3.2.3.9.1. La franquicia

El franquiciatario otorga al franquiciado un derecho de utilizar su marca, ello ya viene con mercado ganado, y garantizado, dicho autorización tiene un costo, pero el franquiciatario cuida su imagen y los primeros meses y años administra la gestión y

los productos o servicios de manera indirecta, es decir hay un apoyo práctico y transmisión de conocimientos (Urbano y Toledano, 2008)

3.2.3.9.2. La empresa familiar

Es un tipo de empresa donde control o el mando general los familiares, de primer nivel o segundo nivel, normalmente este tipo de emprendimiento han surgido bajo financiamiento de los familiares por tanto ellos se involucran en su gestión, y los objetivos están relacionados al bien común de la familia e influye las tradiciones y valores familiares (Urbano y Toledano, 2008).

3.2.3.9.3. La empresa social

Los emprendimientos no solo buscan un lucro personal o familiar, muchos de ellos persiguen un beneficio común o bienestar social, son individuos que se identifican con su entorno social y viven, lo perciben, interiorizan y quieren revertir la situación negativa en un ambiente positivo, y se es necesario para ello se afrontan a ciertas leyes y determinaciones que son adversas (Urbano y Toledano, 2008).

En ese sentido la empresa social, tiene como finalidad resolver problemas medio ambientales y sociales buscando un bien común, son empresas que surgen cuando identificar necesidades y problemas sociales latentes y se plantean como misión proponer alternativas de solución (Urbano y Toledano, 2008).

3.2.3.9.4. Los proyectos emprendedores en empresas ya establecidas

Las empresas hoy en día demandan personas con emprendedoras, creativas, innovadores, teniendo en mira la competitividad en el mercado, y estas personas ayudan a identificar los puntos débiles de la empresa y convertirlas en oportunidades, adaptando sus servicios o productos a las expectativas de los demandantes (Urbano y Toledano, 2008).

Las personas emprendedoras que están como trabajadores o empleados en una empresa, siempre impulsan cambio y mejoría en las actividades cotidianas de la empresa, esta iniciativa surge desde la gestión interna, enfrentado los riesgos, y muchos de ellos visionan independizar su actividad emprendedora o pueden llegar a ser empresarios internos ya que goza de la información amplia acerca de la empresa (Urbano y Toledano, 2008).

Urbano y Toledano (2008) agregan que “estas iniciativas suelen desarrollarse para cumplir los siguientes propósitos: (a) lograr el crecimiento de la empresa; (b) diversificar riesgos; (c) responder a los cambios del entorno, aplicar tecnologías no testadas o generar innovación” (p.35).

En marco internacional, es ampliamente utilizado el termino venturing, donde se cubijan los conjuntos de actividades nuevas, dichas actividades son incubadas dentro la organización empresarial, por ende, es un factor de riesgo para empresa porque presenta ideas, productos, servicios, nuevos con un mercado nuevo y amplio, muchos de estas ideas al no ser aceptadas y procesadas por las empresas ya existentes, migran al contorno exterior y nace una nueva empresa (Urbano y Toledano, 2008).

3.2.4. El empresario y la empresa

3.2.4.1. El empresario

Lambing y Kuehl (1998) afirman que “la palabra empresario se deriva de vocablos franceses que significan entre y tomar, razón por la cual, un empresario es aquel que toma una posición entre un proveedor y un comprador”

El empresario es un tipo de individuo que trabaja con sus recursos, desplazando de un lugar a otro lugar más productivo (Lambing & Kuehl, 1998).

Al empresario le corresponden las funciones de planificar el conjunto de la actividad empresarial, que consiste en establecer una serie de medidas

tales como: determinar las materias primas que se deben adquirir, el tipo de productos que se fabricarán, de qué manera se van a comercializar, etc. En ese sentido, es el empresario quien organiza los recursos humanos de la empresa, asignando competencias a las personas adecuadas, siendo estas responsables de un área de trabajo concreta y del personal que corresponda. Además, todo ello debe ser controlado de tal forma que, una vez que se obtengan los resultados económicos correspondientes, se analicen las variaciones entre éstos y las previsiones. Posteriormente a este proceso, se deben identificar las causas de las posibles desviaciones y tomar una decisión sobre las medidas que adoptar para corregirlas. En la mayoría de pequeñas empresas, el empresario es el propietario de la misma, pero esta característica no siempre se cumple. De este modo, hay empresas grandes que pueden tener varios propietarios, los cuales delegan en otra persona que hace las funciones de empresario (Escrivá et al., 2008).

3.2.4.2. La empresa

La empresa es una entidad que necesita de personas que tengan una idea a partir de la cual se inicie todo el proceso de creación. Estas personas serán, por lo general, las que aporten el capital para que dicha empresa funcione, asumiendo el riesgo que ello supone (Escrivá et al., 2008).

Por su parte, Münch (2011) señala que “la empresa es la unidad económico-social, en la cual, mediante el capital, el trabajo y la coordinación de recursos se producen bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad” (p. 139).

La empresa prácticamente es un conjunto de gestiones, procesos, organización que tiene como fin satisfacer las necesidades de la sociedad mediante productos y servicios y como consecuencia tiene ingresos económicos, por tanto, busca rentabilidad (Amaru, 2008)

La empresa es una unidad que está integrada por recursos humanos y materiales e inmateriales, que requieren ser administrados de forma eficiente mediante reglamentos internos y procedimientos con la finalidad de lograr la rentabilidad, dejando satisfecho a sus clientes (Hernández, 2013)

Además, Hernández (2008) sostiene diferentes ideas o concepciones sobre la empresa y son detallados a continuación:

Existencia de un proceso de transformación, Recursos o factores de producción, Organización del proceso de transformación, obtención de output o bienes y/o servicios, objetivos y asunción de riesgo (p.14).

3.2.5. Estructuración del negocio

3.2.5.1. Modelo de negocio

Alcazar (2011) señala que “un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social” (p.31).

En ese margen el modelo de negocio puede ser un factor particular o herramienta subjetivo-conceptual que le diferencia de sus competidores, ya sea en el contexto interno o externo de la organización por ejemplo la forma como se financia, sus políticas, sus normas, sus reglamentos para con los trabajadores, proveedores y clientes, en muchas ocasiones el modelo será un paradigma para diseñar estrategias y métodos de para lograr las metas trazadas por el directivo, además el modelo de negocio diseñara su lineamiento del proceso de cadena de valor (Alcazar, 2011). Mientras que para Zimmerer (2005), un modelo de negocio es “el esquema de un plan de negocios, es un resumen escrito de la propuesta del negocio emprendedor, sus detalles financieros y operacionales, sus oportunidades y estrategias de marketing y las habilidades de sus administradores” (p.54).

3.2.5.2. El plan de negocio

Según Koees (1994) es “un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, coherente y orientado a la acción, donde se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar, además establece la ruta para lograr el objetivo” (p. 62).

Es un documento donde se plasma a detalle la idea del negocio, partiendo con ubicar plaza, el producto, precio y la promoción como parte de marketing, identificar los proveedores, clientes, y proyectar la venta máximo en 5 años a base de datos reales, bajo un diagnóstico del

mercado, y en un plan la finalidad de saber el balance neto actual, la tasa interna de retorno, es decir el plan dará a conocer teóricamente que si el negocio es rentable y cuánto tiempo se va recuperar el capital invertido (Weinberger, 2009).

También, Arbaiza (2015) sostiene que el plan es un “documento de presentación de la empresa, describe los productos y servicios que ofrece, así como todos los factores que intervienen en el desarrollo de sus operaciones, lo cual implica el planeamiento, con especial cuidado en las fuentes de financiamiento” (p. 21).

3.2.6. El emprendimiento en el contexto universitario

Lagunes, Solano, Herrera, San Martín González (2014), respecto al emprendimiento en el contexto universitario, señalan lo siguiente:

Las casas superiores deben fortalecer las capacidades y habilidades de los educandos, para que afronten con éxito la etapa laboral de sus vidas, pero sobre todo deben egresar individuos capaces de innovar y con espíritu emprendedor fortalecido y estar preparados para afrontar al mercado laboral altamente competitivo, para ello es necesario que en la pedagogía universitaria se considere programas y planes que caractericen temas de emprendimiento, siendo estas como incubadoras de negocios (p. 66).

En nuestro contexto el emprendimiento es una de las alternativas de soluciones para afrontar airoosamente los problemas económicos y sociales que están atravesando, por ende es necesario concientizarse a los individuos sobre la independencia económica, y esa inclinación de auto emplearse y mucho mejor si se genera más oportunidades laborales, de esa manera se estaría restando la falta de empleos y se mejora la calidad de vida en el círculo familiar e individual, para es necesario impartir capacitaciones, orientaciones al joven estudiantes. De esa manera se estaría concretizando una de sus misiones de las universidades que fomentar desarrollo regional y local (Alvarado y Rivera, 2011).

Se concluye que emprendimiento es un factor de desarrollo, porque genera oportunidades laborales e inyecta la economía para su circulación viable, mucho mejor si emprendimiento tiene base en conocimiento, tecnología, información actual, innovación y creatividad, son características que garantizan la sostenibilidad en el tiempo del emprendimiento, son ejemplos claros que reflejan

los países desarrollados, y precisamente es la universidad en donde el individuo se forjara en conocimientos y aprendizaje significativos, además responde la realidad, las necesidades del contexto. En tal sentido, la universidad es la cúpula idónea para formar y moldear la mente y las capacidades de los individuos, sea egresados sensibles a las demandas de su entorno, con valores, y con aprendizajes significativos. Por tanto, las universidades son una de las palancas para saltar de países subdesarrollados a países desarrollados (Julià et al., 2015)

La alta competitividad laboral, las exigencias del mercado y la necesidad de éxito demandan el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes universitarios, asimismo, el emprendimiento y las ideas de negocio son pilares en el crecimiento y el proceso de desarrollo del país, por tanto, en la actualidad surgen planes o proyectos muy innovadores y con carácter de éxito, impulsada por los jóvenes con espíritu emprendedor y necesidad de independencia.

Con la llegada de la covid-19 la tendencia social ha venido variando, la de hoy está más ligada al internet y redes sociales, además, demandan una estrategia de publicidad bilateral y/o interactiva. Ello, justifica la relevancia de marketing digital, es esencial para el crecimiento y desarrollo de una unidad económica (empresa).

Marketing digital, es un conjunto de estrategias para captar y ampliar al público objetivo y potencial mediante canales de internet y canales online; es decir, permite al emprendedor ofertar sus productos y servicios a un mercado sin límites geográficamente y demográficamente; haciendo uso de canales como las redes sociales, blog, aplicaciones móviles, contenidos de publicidad en Google y YouTube entre otros medios, dichos canales son ampliamente utilizados por la sociedad actual, por ende, marketing digital es una herramienta digital óptima para los emprendedores de la universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

El padre de Marketing Kotler menciona sobre “vender necesidad”, para ello, es necesario determinar las necesidades y problemas de un entorno en particular para luego ofrecer un producto y servicio que aporte solución al problema y goce de propuesta de valor para mercado segmentado. En tal misión de conocer al público objetivo, la tecnología es cómplice en el desarrollo de estrategias de marketing personalizado, gracias marketing digital que tienes el perfil de ser un medio universal, sencilla y económica, permite segmentar, medible porque permite

acceder a datos en tiempo real y sobre todo es interactivo y/o bilateral con el público. (Loayza et al., 2020)

Por tanto, marketing digital no solo sirve para ampliar el mercado y tener más oportunidades de vender. El suministro de información o datos en tiempo real, sirve para vender mejor y oportunamente, es decir, permite ofrecer producto y servicio adecuado al cliente correcto en el momento y cantidad correcta.

Por otro lado, la población actual, es cada vez más consiente sobre la calidad de los productos y servicios que demandan, es decir, el ISO 9 mil impulsa el inicio de un negocio. Las normas ISO en emprendimiento son consideradas como un conjunto de estándares, que tiene el carácter de ser universal. Según la ISO 9000 (2015), “es fundamentos y vocabulario señala que son las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización” mientras la Real Academia Española la define como “acción y efecto de gestionar o acción y efecto de administrar”. Por tanto, la certificación es sinónimo de calidad y trasmite el compromiso con la satisfacción de los clientes, las mejores prácticas comerciales y la mejora continua, ofreciendo confianza pese a ser una nueva empresa en el mercado. Además, permitirá al emprendedor entregar sus productos y servicios conformes con las expectativas de los clientes, logrando satisfacer. Y grandes empresas estipulan como requisito la certificación ISO 9001 para participar en una licitación para proveerles.

Por tanto, en el ámbito de emprendimiento empresarial en los estudiantes universitarios permitirá definir las necesidades y expectativas del público objetivo, también determinar los objetivos y políticas de calidad de los bienes y servicios que ofertan al mercado. Asimismo, promoverá calidad en la trazabilidad de la producción. En cuanto a la gestión, las normas ISO, suministra un sistema de gestión de calidad el logro de objetivos con efectividad, es decir, maximiza la producción minimizando los costos. Porque en el campo empresarial se traza un camino, y fija objetivos, siendo parte de la misión, por tanto, se emprende definiendo la fórmula perfecta de éxito, entre ellos está la calidad respaldada por ISO 9 mil. Ello, hace resaltar la importancia de ISO 9 mil en el proceso de emprendimiento empresarial.

Para la implementación efectiva de la gestión de calidad es necesario tomar en consideración ciertos parámetros como:

Enfoque al cliente, porque el emprendimiento empresarial depende de sus clientes, por tanto, se tiene que determinar las necesidades reales y futuras para buscar satisfacer. El Liderazgo, es un principio que incide ampliamente en el clima laboral consecuentemente en el desempeño del colaborador. La participación del colaborador, la inclusión de opiniones y sugerencia en el establecimiento es una forma de motivar y fortalecer su compromiso con los objetivos trazados. Finalmente, las relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor, aumenta la capacidad de crear valor. (Sánchez, 2017, p. 23)

La práctica de las normas de ISO 9 mil, genera en los clientes potenciales percepción de experiencia y calidad, siendo que las nuevas empresas enfrentan la difícil tarea de construir y proyectar una determinada imagen, a pesar de los pocos ingresos, la inversión en la certificación ISO 9001 es una forma de menguar las adversidades y crecer como empresa.

3.3. Marco conceptual

- A. Emprendimiento Empresarial:** el emprendimiento empresarial parte de una idea, plan de negocio, identificar financiamiento y estrategias para prevalecer en el mercado (Julia et al., 2015).
- B. Emprendedor:** sostienen que “emprendedores son aquellas personas que identifican necesidades de mercado e inician nuevos negocios o empresas para satisfacerlas. Son personas que asumen riesgos y proveen el ímpetu para el cambio, la innovación y el progreso en la vida económica” (Longenecker, et al., 2010, p. 6).
- C. Empresa:** Es una entidad que necesita de una persona o grupo de personas que tengan una idea a partir de la cual se inicie todo el proceso de creación, por tanto, conocida como unidad económica, (Escrivá et al., 2008).
- D. Proceso emprendedor:** son actividades, fases asociadas entre sí, partiendo de la identificación de oportunidades, visionando hacer realidad la idea (Pérez, 2011).
- E. Perfil emprendedor:** consiste en identificar sus rasgos (aptitudes, creencias, capacidades, valores, actitud, iniciativa, capacidad de asumir riesgo entre otros rasgos) dichos rasgos son importantes para que fomente el emprendimiento (Serida et al., 2016).
- F. Entorno emprendedor:** Son factores externos que rodea a la idea de negocio, tales como el capital, recursos materiales, experiencias, respaldo económico, el mercado entre otros factores Gartner (citado en Castro et al., 2008).

- G. Plan de negocio:** Es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación, sirve para guiar un negocio. Weinberger (2009).
- H. Actitud:** Viene hacer la lucha 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 apearse a lo tradicional Drucker (1979).
- I. Modelo de negocio:** señala que un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social Alcazar (2011).
- J. Riesgo:** Capacidad de asumir responsabilidad sobre acciones incierta, donde se toma decisiones, con una certeza de que la alternativa dada conduzca a una meta o a un resultado deseado, Espíritu (2011).
- K. Creatividad:** Es una capacidad para desarrollar nuevos conceptos, ideas y soluciones a problemas, es decir resolver una necesidad o situación problemática de manera diferente, dando un valor agregado Espíritu (2011).
- L. Incertidumbre:** Situación de la toma de decisiones en la que los emprendedores enfrentan situaciones externas desconocidas o carecen de la información necesaria para establecer las probabilidades de ciertos hechos Alcazar (2011).
- M. Oportunidad de negocio:** Es una situación de partida para el emprendedor, sea una necesidad insatisfecha y/o problemas que se convierten en oportunidad solucionar y/o satisfacer, Urbano y Toledano (2008).
- N. Los recursos:** Son factor que complementa el proceso de emprendimiento para realización del negocio, sean tangibles o intangibles, recurso humano, económico y material, Urbano y Toledano (2008).
- O. La tenacidad:** Es un de un individuo, en cuanto a la firmeza, constancia y persistencia para cumplir un objetivo visionado con frecuencia para mejorar la calidad de vida. (Pérez, 2011)
- P. Control interno:** Es una percepción, que tiene los individuos de que tiene una persona sobre los resultados, a través de la habilidad, el esfuerzo o las destrezas que posee, y no tanto sobre las acciones que otros llevan a cabo. Miller y Toulouse (Citado en Espíritu, 2011).
- Q. Aprendizaje:** Adquisición de nuevos conocimientos con significado de comprensión, criticidad y posibilidad de usar esos conocimientos en situaciones-problemas (Freire, 2007)

R. El emprendimiento: es el uso de la capacidad y actitud creativa e innovadora (innata en las personas) para la solución de problemas, la creación de nuevos escenarios, la búsqueda de sueños posibles (Drucker, 2002)



CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de investigación

4.1.1. Tipo de investigación

La investigación fue de tipo básica.

La investigación básica busca medir, describir las características del emprendimiento, ceñida en las bases teóricas científicas, sin buscar cambios o su aplicación en un tiempo a corto plazo (Tamayo et al., 2008).

4.1.2. Nivel de investigación

El nivel de la investigación fue descriptivo.

Es estudio buscó especificar las propiedades y características del emprendimiento empresarial de los estudiantes de la facultad de administración. Es decir, solamente se ha recogido o medido la información para luego mostrar en los resultados las frecuencias tanto de la variable y sus dimensiones de estudio (Hernández et al., 2014).

4.1.3. Método de investigación

La investigación se ha desplegado alineada al método de investigación deductivo.

Tal método ayudo a dar explicaciones particulares partiendo de las conclusiones generales, por tanto, la investigación se inició ahondando analíticamente los teoremas, principios, postulados entre otras fuentes validadas con la finalidad de aplicar en hechos particulares (Bernal, 2010)

4.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental.

En la presente investigación no se ha pretendido manipular deliberadamente las características de emprendimiento, simplemente se observado y administrado el

cuestionario en su estado o contexto natural de la variable y luego se ha analizado la información obtenida (Hernández et al., 2014).

Del tipo transeccional o transversal.

Es transversal porque la información se ha recogido en un solo tiempo o momento, es decir se les administro el cuestionario a la muestra única vez en el año 2019 (Hernández et al., 2014).

4.3. Descripción ética de la investigación

Para obtener la información se solicitó formalmente a las autoridades de la UNAMBA, en ese margen bajo el consentimiento de las autoridades se les aplicó el cuestionario a los estudiantes de la facultada de ciencias administrativas, cuyas respuestas se administraron bajo anonimato y confidencialidad con profesionalismo.

4.4. Población y muestra

4.2.1. Población

La población es total de estudiantes de administración matriculados en prácticas pre profesionales I y II, es decir estuvo conformado por 274 estudiantes del periodo 2019-I y 2019-II.

Tabla 8

Estudiantes Matriculados en el Curso de Prácticas Pre profesionales I Durante el Año 2019

Nº	Semestre Académico	Número de estudiantes Matriculados
1	2019-I	60
2	2019-II	75
Total		135

Nota: Datos obtenidos a partir Unidad de servicios académicos de la UNAMBA, (2019)



Tabla 9

Negocios creados por los estudiantes matriculados en el curso de Prácticas pre profesionales II durante los años 2018-2019

N°	Semestre Académico	Número de estudiantes Matriculados
3	2019-I	69
4	2019-II	70
Total		139

Nota: Datos obtenidos a partir Unidad de servicios académicos de la UNAMBA, (2019)

4.2.2. Muestra

La muestra es, un subgrupo o representantes del conjunto de la población y tiene las mismas características, seleccionada de manera aleatoria, a quienes se les administrara el instrumento de recojo de datos (Hernández, 2014).

La presente investigación para efectos de determinar la muestra, se empleó la muestra probabilística estratificada. Así mismo, para la selección de los elementos de la muestra se hizo el uso de números aleatorios, la muestra fue calculada empleando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Donde:

N= Tamaño de la población.

n = Tamaño de la muestra.

E = Error de la muestra.

Z = Coeficiente de confianza de distribución normal.

p = Proporción de individuos que poseen en la población las características de estudio.

q = Proporción de individuos que no posee la característica de estudio.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(274)}{(0.05)^2(236 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{142.1392}{1.3279}$$

$$n = 107$$

La muestra es igual 107 estudiantes de la Facultad de Administración de empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas.

4.5. Procedimiento de la investigación

El procedimiento de investigación del presente estudio se describe a continuación:

Gracias a su colaboración de registros académicos se ha accedido a la población total del estudiante matriculado en prácticas pre profesionales I y II, cuyos datos se aplicó la formula probabilística para obtener la muestra.

Una vez identificado las muestras, se les administro el cuestionario a los 107 estudiantes que cursaron la asignatura de Prácticas pre profesionales I y Prácticas pre profesionales II durante el 2019.

La información recolectada mediante la encuesta, fue codificada con un valor numérico, apoyándome en la hoja cálculo Microsoft Excel.

Y luego dichos datos ya cuantificados se exportaron a SPSS, para ser procesado y analizada, cuyos datos se han sometido a estadística descriptiva, así como análisis univariado de los datos agrupados.

Finalmente, se tiene previsto, con la información procesada, redactar los resultados, así como las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

4.6. Técnicas e instrumentos

4.6.1. Técnica

Carrasco (2008) sostiene que “viene a ser una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene” (p. 317)

La técnica que fueron empleadas en la presente investigación fue:

El cuestionario (encuesta).

4.6.2. Instrumentos

Carrasco (2008) sostiene que “el instrumento de investigación social más usada cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una repuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ella” (p. 318).

El instrumento que fue administrada en la presente investigación fue el cuestionario.

4.7. Análisis estadístico

4.7.1. Técnicas estadísticas

Para alcanzar los resultados, se analizó los datos, aplicando la estadística descriptiva, en ello se optó por distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central¹ y las medidas de variabilidad.

¹ Valores medios o centrales de una distribución que sirven para ubicarla dentro de la escala de medición de la variable (moda, mediana, media). (Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. 2014. Metodología de la Investigación. México, D.F. Mcgraw – Hill Interamericana. Sexta Edición).

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1 Descripción de Resultados

5.1.1. Variable: Emprendimiento empresarial

Tabla 10

Baremo de Niveles a Escala de Valoración de la Variable Emprendimiento Empresarial y sus Dimensiones.

Emprendimiento empresarial (Variable)	Proceso emprendedor (Dimensión 1)	Perfil emprendedor (Dimensión 2)	Entorno emprendedor (Dimensión 3)	Emprendimiento (Dimensión 4)	Escala de valoración
28 - 49	7 – 11	8 – 13	6 – 10	7 – 11	Muy en desacuerdo (1)
50 - 72	12 – 17	14 – 20	11 – 15	12 – 17	Algo en desacuerdo (2)
73 - 95	18 – 23	21 – 27	16 – 20	18 – 23	Ni en acuerdo ni en desacuerdo (3)
96 - 118	24 – 29	28 – 34	21 – 25	24 – 29	Algo de acuerdo (4)
119 - 140	30 – 35	35 – 40	26 – 30	30 – 35	Muy de acuerdo (5)

Nota: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Tabla 11

Frecuencia y Porcentaje de la Variable Emprendimiento Empresarial

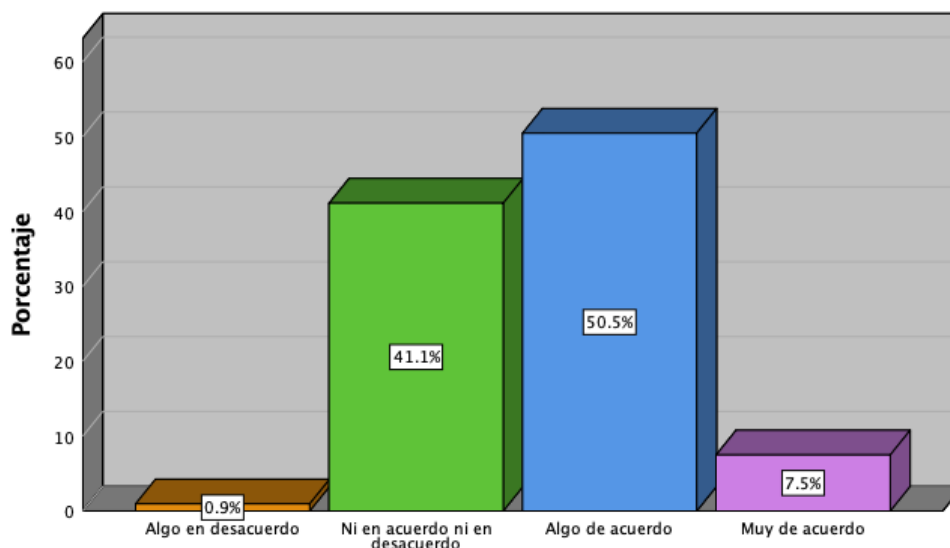
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Algo en desacuerdo	1	0.9	0.9
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	44	41.1	42.1
	Algo de acuerdo	54	50.5	92.5
	Muy de acuerdo	8	7.5	100.0
	Total	107	100.0	100.0

Nota: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS



Figura 2

Porcentaje de la Variable Emprendimiento Empresarial



Fuente: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Nota: En la tabla 12 y la figura 2 se pudo apreciar según el instrumento (cuestionario) aplicado a 107 estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central, Abancay, 2019; consolidado los datos estadísticos con tan solo el 0.9%(1) los estudiantes indicaron que el emprendimiento empresarial en la facultad de Administración fue algo en desacuerdo, seguido con el 41.1%(44) manifestaron que fue ni en acuerdo ni en desacuerdo, con el mayor indicador del 50.5% (54) puntualizaron que fue algo de acuerdo y finalmente con el 7.5%(8) apreciaron que fue muy de acuerdo. Lo que se concluye que mayormente en la Facultad de Administración las características del emprendimiento empresarial de los estudiantes fueron aceptable o estuvo algo de acuerdo a lo previsto.

Tabla 12

Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Proceso Emprendedor

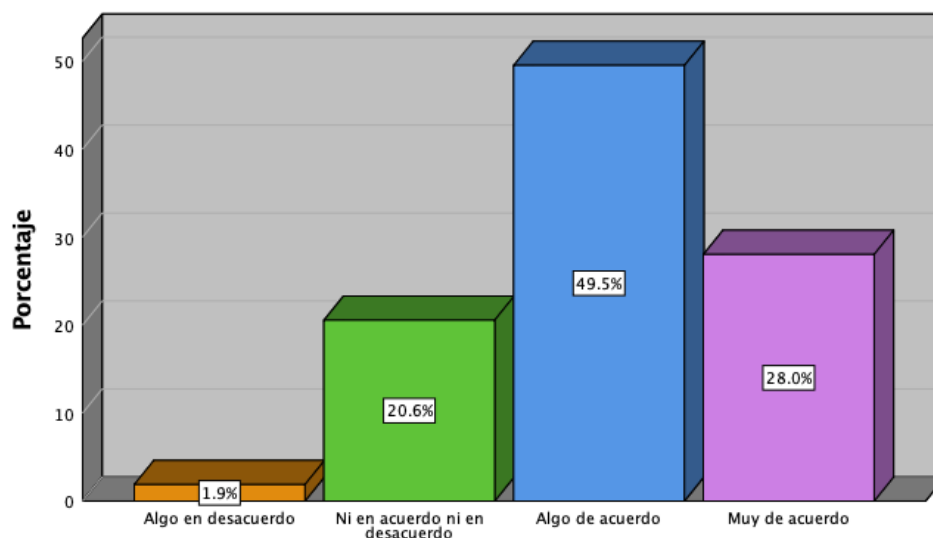
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algo en desacuerdo	2	1.9	1.9	1.9
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	22	20.6	20.6	22.4
Válido Algo de acuerdo	53	49.5	49.5	72.0
Muy de acuerdo	30	28.0	28.0	100.0
Total	107	100.0	100.0	

Nota: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS



Figura 3

Porcentaje de la dimensión proceso emprendedor



Fuente: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Nota: En la tabla 13 y la figura 3 se pudo apreciar según el instrumento (cuestionario) aplicado a 107 estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central, Abancay, 2019; consolidado los datos estadísticos para la dimensión o característica con tan solo el 1.9%(2) los estudiantes indicaron que el proceso emprendedor en la facultad de Administración fue algo en desacuerdo, seguido con el 20.6%(22) manifestaron que fue ni en acuerdo ni en desacuerdo, con el mayor indicador del 49.5%(53) puntualizaron que fue algo de acuerdo y finalmente con el 28.0%(30) apreciaron que fue muy de acuerdo. Lo que se concluye que mayormente en la Facultad de Administración la característica proceso emprendedor en los estudiantes fue aceptable o estuvo algo de acuerdo.

Tabla 13

Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Perfil Emprendedor

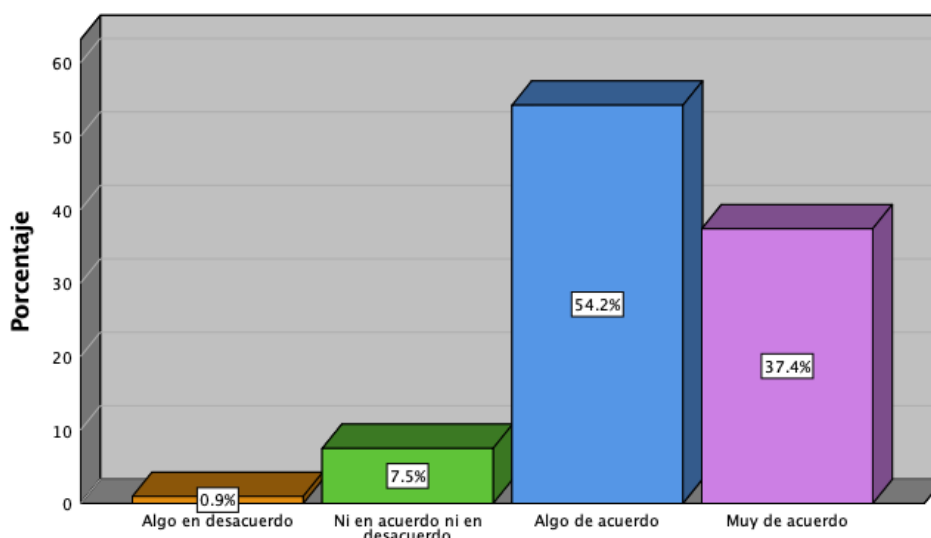
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo en desacuerdo	1	0.9	0.9	0.9
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	8	7.5	7.5	8.4
	Algo de acuerdo	58	54.2	54.2	62.6
	Muy de acuerdo	40	37.4	37.4	100.0
	Total	107	100.0	100.0	

Nota: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS



Figura 4

Porcentaje de la Dimensión Perfil Emprendedor



Fuente: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Nota: En la tabla 14 y la figura 4 se pudo apreciar según el instrumento (cuestionario) aplicado a 107 estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central, Abancay, 2019; consolidado los datos estadísticos para la dimensión o característica con tan solo el 0.9%(1) los estudiantes indicaron que el perfil emprendedor en la Facultad de Administración fue algo en desacuerdo, seguido con el 7.5%(8) manifestaron que fue ni en acuerdo ni en desacuerdo, con el mayor indicador del 54.2%(58) puntualizaron que fue algo de acuerdo y finalmente con el 37.4%(40) apreciaron que fue muy de acuerdo. Lo que se concluye que mayormente en la Facultad de Administración la característica perfil emprendedor en los estudiantes fue aceptable o estuvo algo de acuerdo.

Tabla 14

Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Entorno Emprendedor

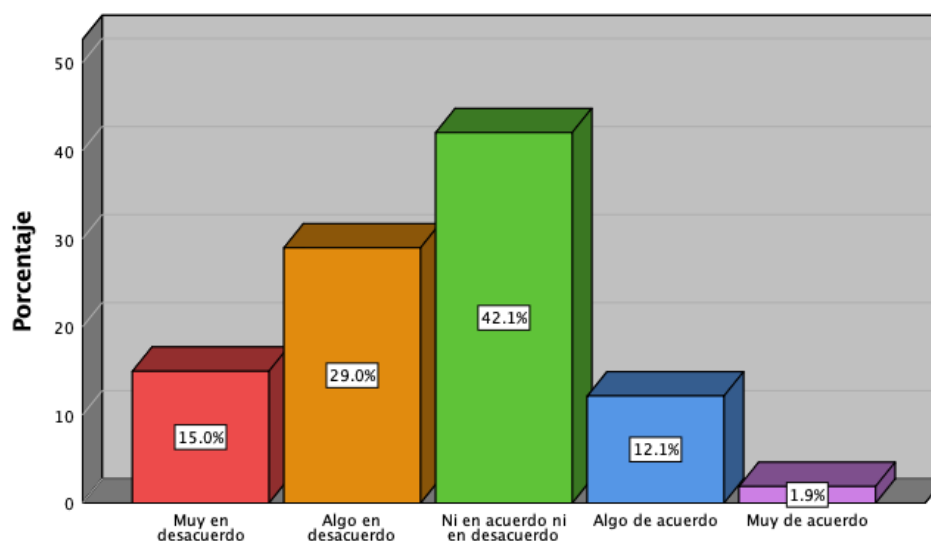
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy en desacuerdo	16	15.0	15.0	15.0
Algo en desacuerdo	31	29.0	29.0	43.9
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	45	42.1	42.1	86.0
Válido				
Algo de acuerdo	13	12.1	12.1	98.1
Muy de acuerdo	2	1.9	1.9	100.0
Total	107	100.0	100.0	

Nota: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS



Figura 5

Porcentaje de la Dimensión Entorno Emprendedor



Fuente: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Nota: En la tabla 15 y la figura 5 se pudo apreciar según el instrumento (cuestionario) aplicado a 107 estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central, Abancay, 2019; consolidado los datos estadísticos para la dimensión o característica con el 15.0%(16) los estudiantes indicaron que el entorno emprendedor en la Facultad de Administración estuvo muy en desacuerdo, con el 29.0%(31) dijeron que fue algo en desacuerdo, con el mayor indicador del 42.1%(45) manifestaron que fue ni en acuerdo ni en desacuerdo, con el mayor indicador del 12.1%(13) puntualizaron que fue algo de acuerdo y finalmente con tan solo el 1.5%(2) apreciaron que fue muy de acuerdo. Lo que se concluye que mayormente en la Facultad de Administración la característica entorno emprendedor en los estudiantes estuvo ni en acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 15

Frecuencia y Porcentaje de la Dimensión Emprendimiento

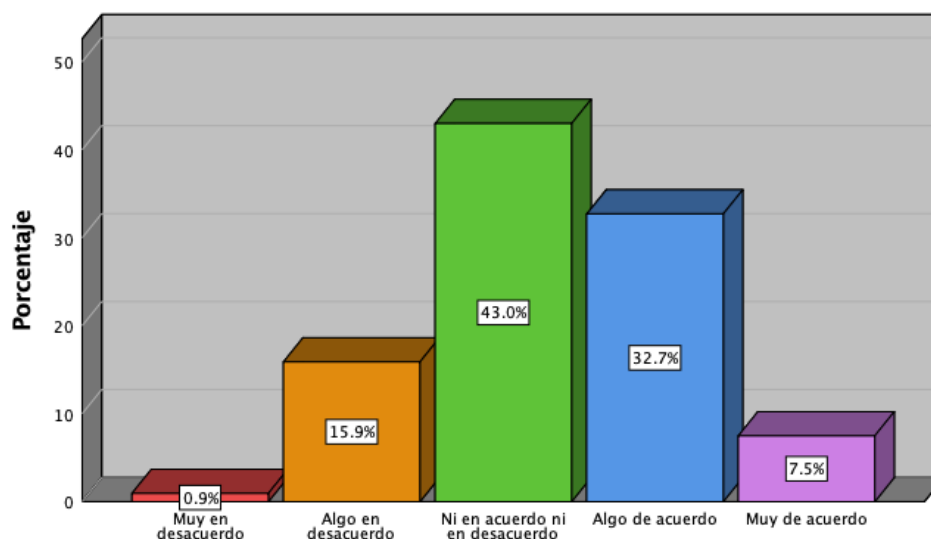
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	.9	.9
	Algo en desacuerdo	17	15.9	16.8
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	46	43.0	59.8
	Algo de acuerdo	35	32.7	92.5
	Muy de acuerdo	8	7.5	100.0
Total	107	100.0	100.0	



Nota: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Figura 6

Porcentaje de la Dimensión Emprendimiento



Fuente: Datos logrados desde el procesamiento del SPSS

Nota: en la tabla 16 y la figura 6 se pudo apreciar según el instrumento (cuestionario) aplicado a 107 estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central, Abancay, 2019; consolidado los datos estadísticos para la dimensión o característica con tan solo el 0.9%(1) los estudiantes indicaron que los emprendimientos en la Facultad de Administración estuvo muy en desacuerdo, con el 15.9%(17) dijeron que fue algo en desacuerdo, con el mayor indicador del 43.0%(46) manifestaron que fue ni en acuerdo ni en desacuerdo, con el mayor indicador del 32.7%(35) puntualizaron que fue algo de acuerdo y finalmente con tan solo el 7.5%(8) apreciaron que fue muy de acuerdo. Lo que se concluye que mayormente en la Facultad de Administración los emprendimientos de los estudiantes estuvieron ni en acuerdo ni en desacuerdo.

5.2. Discusión

Adentrándose en la información teórica, antecedentes de la variable de estudio se contrasta los resultados de la presente investigación, cuyo objetivo fue Conocer las características de los emprendimientos empresariales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, 2019, ya que las universidades tienen una influencia directa sobre los ecosistemas regionales de innovación y emprendimiento mediante la creación de interacciones con las empresas locales o actores económicos (Janeiro et al., 2013), y el capital humano obtenido a través



de la educación se ha demostrado que es uno de los pilares más fuertes de rendimiento del emprendimiento empresarial (Millán et al., 2013).

Por tanto, las características de los emprendimientos empresariales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, fueron el proceso emprendedor, el perfil emprendedor, el entorno empresarial y los emprendimientos. Además, se encontraron que el 63% (68) tiene un emprendimiento empresarial de nivel regular. Mientras que el 35.5% (38) se percibe que están en un nivel bueno y 0.9% (1) se encuentran en el nivel malo. Coincidiendo así con Ortiz (2015) donde evidencio que los alumnos perciben que la formación profesional en emprendimiento empresarial es regular. También, el emprendimiento empresarial es como un proceso dinámico en el cual se descubre oportunidades y se crea una nueva organización. Lo que, este significa la procedencia o desarrollo de ideas de negocios en campo empresarial (Alcaraz et al., 2015). Mientas para Timmons (1989) “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada”. Y Drucker (1985) sostiene que “las características de los emprendimientos empresariales de los jóvenes, es muy elocuente y reactiva a las oportunidades, siempre buscando maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo”, y el gran porcentaje de los estudiantes universitarios de manera directa e indirecta poseen características emprendedoras, mostrando un aprovechamiento eficaz de cada oportunidad que se les presenta en la vida cotidiana. Aun cuando O'Connor (2013) señala que las habilidades y capacidades emprendedoras son un elemento esencial para un sistema de innovación, reconoce que no hay pruebas sólidas de que la educación empresarial se correlaciona con cualquier ejecución posterior.

Del mismo modo, se describió que el proceso emprendedor de los emprendimientos empresariales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, perciben que el 63% (68) consideran al proceso emprendedor como bueno, en cual consiste en la iniciativa de negocio, generar modelos de negocio, asesoría y acompañamiento por el docente, desarrollo del emprendimiento, limitaciones en proceso del emprendimiento. Mientras que el 35.5% (38) se percibe que están en un nivel regular y 0.9% (1) se encuentran en el nivel malo. De tal manera, que el proceso emprendedor, es la esencia de toda actividad emprendedora, donde cada actividad, etapa interactúan, con la finalidad de hacer realidad la idea de negocio (Pérez, 2011). Asimismo, Urbano y Toledano (2008)



sostienen que “el proceso emprendedor es aquel proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades” (p. 45), es decir, son un conjunto de actividades y estrategias puestas en marcha para concretizar la idea de negocio, para ello, es necesario diseñar, lanzar y administrar un emprendimiento, que con frecuencia inicia como una pequeña empresa o startup, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.

El perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, se percibe que el 79.4% (85) de encuestados muestran un nivel bueno, donde comprende el liderazgo, confianza en sus capacidades, adaptación a los cambios, trabajo en equipo, formación técnica, disponibilidad de recursos y la aversión al riesgo para poner en marcha un emprendimiento empresarial. Mientras que el 19.6% (21) tienen cualidad emprendedora en un nivel regular y 0.9% (1) tienen un nivel malo. En tal sentido, se evidencio que Benavides y Tupayachi (2015) sostiene que se mejora el perfil emprendedor de los estudiantes a través de implementación de un taller de emprendimiento; y pero la implementación de taller de emprendimiento no dará viabilidad o solución al deficiencia del perfil de emprendedor, por ende tiene que a ver continuidad y seguimientos permanece de los talleres de capacitación y concientización logrando un formar estudiantes con capacidad emprendedora, (Serida, et al., 2016) señalan que el perfil de emprendedor implica conocer en toda su dimensión al emprendedor, considerando sus características demográficas, actitud, percepciones y aspiraciones., capacidad de toma. Pero sobre todo el desarrollo de más habilidades, destrezas y actitud emprendedora.

El entorno emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, perciben que el 56.1% (60) de encuestados cree que favorece de manera regular, el cual comprende aspectos como el apoyo financiero, políticas gubernamentales, educación acceso a la información, Acceso a la infraestructura para el emprendimiento empresarial. Mientras que el 39.3% (42) se percibe que el entorno empresarial es malo y solo 4.7% (5) consideran como bueno. Por lo tanto, se coincide con Gartner (citado en Castro et al., 2008), cuando señala que los entornos empresariales son aquellos factores externos que contribuyen la realización de la idea de negocio entre los factores externos se halla el entorno propicio, social y la factor económico, en ello incidirá la capacidad de gestión de tiempo de la persona, también, se concuerda con (González y



Morales, 2012) cuando afirma que existen diversos motivos para no tener un emprendimiento exitoso como el riesgo financiero, riesgo económico, riesgo ambiental, riesgo político y legal pero sobre todo la capacidad de reinventarse, de tal manera, es necesario entender los factores que impulsan a los emprendedores y sus emprendimientos. A su vez Amorós en el GEM (2014) señala como factores determinantes el contexto sociocultural y político, educación para el emprendimiento, acceso a fuentes de financiamiento, dinamismo del mercado, apoyo del gobierno, infraestructura profesional y comercial, acceso a infraestructura y las oportunidades.

Los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, percibe que el 59.8% (64) considera que están en un nivel regular, el cual está constituido por el proceso de creación, tiempo del emprendimiento en el mercado, cumplimiento de todos los objetivos, cumplimiento con las necesidades del mercado, gestión empresarial, volumen máximo de producción con el emprendimiento puesto en marcha. Mientras que el 24.3% (26) percibe que emprendimientos es bueno y 15.9% (5) consideran como malo. Álvarez y Jung (2004), refieren que cuánto más intensiva sea la enseñanza del emprendimiento en las universidades, existirá mayor probabilidad de que las estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio y de esa forma contribuir al desarrollo de la economía y desarrollo del país. Por tanto, estamos de acuerdo con Benavides y Tupayachi (2015) donde evidenció que la escuela profesional de administración impulsa poco emprendimiento, es prácticamente un ente pasivo en la promoción de emprendimiento, por tanto, es calificado como pasivo por los estudiantes, y se percibe en el perfil de los egresados universitarios que se han formado como administradores, muy pocos impulsan o hacen realidad sus ideas y planes de negocio, asimismo, (Alvarado y rivera, 2011) sostienen que el emprendimiento es uno de los factores para encaminar el desarrollo económico de país y región, en ese margen en nuestros días optan por fortalecer los rasgos emprendedores de un individuo, inculcando la idea de una independencia económica y autorrealización, estabilidad económica, y también el sentido de contribuir al desarrollo del país, creando oportunidades laborales, propiciando un nivel de vida optima a los familiares.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Las características de los emprendimientos empresariales como el proceso del emprendedor, el perfil emprendedor, su entorno en el emprendimiento y los emprendimientos propiamente dichos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, 2019, se encuentran en un nivel regular de acuerdo con la percepción del 63% (68) de los encuestados. Mientras que el 35.5% (38) percibe que están en un nivel bueno y 0.9% (1) se encuentran en el nivel malo.

El proceso emprendedor de los emprendimientos empresariales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, se encuentra en un nivel bueno según la percepción del 63% (68) de estudiantes encuestados, tomando en cuenta que esta característica está conformada desde idea de negocio, generar modelos de negocio, asesoría y acompañamiento por el docente, desarrollo del emprendimiento, limitaciones en proceso del emprendimiento. Mientras que el 35.5% (38) consideran n están en un nivel regular y 0.9% (1) se encuentran en el nivel malo.

El perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, se encuentra en un nivel bueno según la percepción del 79.4% (85) de estudiantes encuestados, tomando en cuenta que esta característica está constituida por el liderazgo, confianza en sus capacidades, adaptación a los cambios, trabajo en equipo, formación técnica, disponibilidad de recursos y la aversión al riesgo para poner en marcha un emprendimiento empresarial. Mientras que el 19.6% (21) de estudiantes valoran un nivel regular y 0.9% (1) se encuentran en el nivel malo. El entorno empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, se encuentra en un nivel regular según la percepción del 56.1% (60) de estudiantes encuestados, tomando en cuenta que esta característica

que está referida al apoyo financiero, las políticas gubernamentales, educación acceso a la información, acceso a la infraestructura para el emprendimiento empresarial. Mientras que el 39.3% (42) de estudiantes valoran un nivel malo y 4.7% (5) se encuentran en el nivel bueno.

Los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la UNAMBA, sede central Abancay, se encuentra en un nivel regular según la percepción del 59.8% (64) de estudiantes encuestados, tomando en cuenta que esta característica que está referida desde el proceso de creación, tiempo del emprendimiento en el mercado, cumplimiento de todos los objetivos, cumplimiento con las necesidades del mercado, gestión empresarial, volumen máximo de producción con el emprendimiento puesto en marcha. Mientras que el 24.3% (26) de estudiantes valoran un nivel bueno y 15.9% (5) se encuentran en el nivel malo.

6.2. Recomendaciones

Se recomienda a la Universidad Nacional Micela Bastidas de Apurímac especialmente a la Facultad de administración seguir fortaleciendo el emprendimiento empresarial en los estudiantes, haciendo que estos sean atractivos para los jóvenes, de tal manera se convierta en una cultura.

En cuanto al proceso emprendedor del estudiante se recomienda a la carrera profesional de la administración crear estrategias y políticas que generen motivación en los estudiantes, seguir aprendiendo respecto al emprendimiento, ya que su importancia cada vez es necesario en nuestra región. Donde las universidades desempeñan un papel clave en la formación de capital humano de un país, asimismo, proporcionan nuevos conocimientos que probablemente tendrán un impacto positivo en los ecosistemas de innovación y emprendimiento en las regiones del Perú.

Considerando los resultados del perfil emprendedor se recomienda a los estudiantes seguir fortaleciendo sus cualidades emprendedoras de tal manera, que asumir riesgos respecto al emprendimiento sea su motivo de logro en sus vidas. En este sentido, la UNAMBA deben dar respuestas inmediatas a las necesidades y problemas del entorno, promoviendo una estrategia de aprendizaje significativo en los estudiantes.

En cuanto al entorno emprendedor por la dificultad al acceso financiero, políticas, estrategias, la educación, acceso a la información e infraestructura la universidad debe generar oportunidades para emprendimientos empresarial que inicien con sus operaciones.

Considerando los resultados en cuanto al emprendimiento, se recomienda a la carrera profesional de administración interactuar con la incubación empresarial que las universidades deben promover conforme la ley universitaria lo prevé al respecto, haciendo así que sea más atractivo. Porque las universidades son también impulsores de la difusión del conocimiento, propiciando un aprendizaje autónomo y constructivista.



REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Acción Empresarial. (2013). *Ecosistema emprendedor: más allá del business plan*. México DF: LID Editorial.
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (Cuarta ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Alvarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes a para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74.
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson Education.
- Arbaiza, L. (2015). *Cómo elaborar un plan de negocio*. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Benavides, M. J., & Tupayachi, M. D. (2015). *Emprendimiento y perfil del emprendedor del emprendedor de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de Sana Antonio Abad del Cusco, Periodo: 2014-2015*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Perú.
- Benavides, M., & Tupayachi, M. (2015). *Emprendimiento y perfil del emprendedor en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Periodo: 2014-2015*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Cusco, Perú.
- Corporación Andina de Fomento. (2012). *El emprendimiento en los sistemas universitarios. El Tecnológico de Monterrey*. Caracas, Venezuela: Autor.
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (s.f.). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. Introducción*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- de Castro, J., Rachida, J., & Olivares. (2008). *La naturaleza del proceso emprendedor en España en el contexto internacional*. España: Fundación BBVA.
- Diez, I., de Castro, G., & Montoro, M. (2012). *Fundamentos de administración de empresas* (Segunda ed.). Pamplona, España: Thomson Reuters.
- Escrivá, J., Clar, F., & Forcada, E. (2008). *Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.



- Escudero, A. (2015). *Creatividad, innovación y emprendimiento dentro de las empresas*. Universidad Pontificia Comillas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Madrid, España.
- Eyzaguirre, N. (2014). *Las competencias genéricas del estudiante y la influencia en su nivel de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Alas Peruanas - Filial Tacna, en el año 2013*. Tesis de maestría, Universidad Jorge Basadre Grohman, Tacna, Perú.
- Fundación Bancaja. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. España: Autor.
- Global Entrepreneurship Monitor Colombia. (2016). *GEM Colombia 2014*. Bogotá, Colombia: Autor.
- González, A., & Morales, V. A. (2012). *El lado B del emprendimiento: casos chilenos de emprendimientos fallidos y su aplicación en el aula*. Tesis de licenciatura, Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Hernández, M. (2014). *Administración de empresas* (Segunda ed.). Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7), 7-30.
- Julià, J., Melià, E., Villalonga, I., & Carnicer, M. (2015). *El emprendimiento en el sistema universitario: el caso de las universidades de la ciudad de Valencia*. Valencia, España: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Koenes, A. (1994). *El plan de negocios: guías de gestión de la pequeña empresa*. Madrid, España: Diaz de Santos.
- Lagunes, L., Solano, F., Herrera, M., San Martín, J., & González, L. (2014). *Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano: guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación*. Lima, Perú: Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración.
- Lambing, P., & Kuehl, C. (1998). *Empresarios pequeños y medianos*. México: Prentice-Hall.
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, J., & Palich, L. (2010). *Administración de pequeñas empresas: lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras* (decimo cuarta ed.). México D.F.: Cengage Learning.
- Münch, L. (2011). *Administración: proceso administrativo, clave del éxito empresarial*. México D.F.: Pearson Education.

- Muñiz, L. (2010). *Guía práctica para mejorar un plan de negocio: como diseñarlo, implantarlo y evaluarlo*. Barcelona: Profit Editorial.
- Ortíz, H. (2015). *Educación universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de LA Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú.
- Ortíz, J. (2015). *Educación Universitaria y el emprendimiento empresarial en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Andahuaylas, Perú.
- Pérez, F., Serrano, L., Pastor, J. M., Hernández, L., Soler, A., & Zaera, I. (2012). *Universidad, universitarios y productividad en España*. España: Fundación BBVA.
- Pérez, G. (2011). *Intervención sociocomunitaria*. Madrid, España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Ramos, J., Moreno, J., & Gómez, L. (2012). *Incubadoras de empresas en Colombia: balance y recomendaciones de políticas*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Rebollar, D. (2016). *Emprendimiento y entorno emprendedor*. Trabajo fin de grado, Universidad de la Rioja, Rioja, España.
- Región del Bío Bío. Agencia Regional de Innovación y Desarrollo Productivo. (2010). *Informe de la OECD - Banco Mundial sobre la contribución de la Educación Superior en el Desarrollo Regional*. Bío Bío Región, Chile: OECD/Banco Mundial.
- Rocha, W., & Giraldo, G. (2015). *Perfil del emprendedor de la ciudad de Valledupar*. Valledupar: Fondo de Publicaciones Universidad Popular del Cesar.
- Rodeiro, D. (2008). *La creación de empresas en el entorno universitario español y la determinación de su estructura financiera*. Tesis de doctorado, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendedorismo exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Serida, J., Alzamora, J., Guerreo, C., Borda, A., & Morales, O. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2015-2016*. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Serida, J., Guerreo, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2016-2017*. Lima, Perú: Esan Ediciones.
- Silva, J. (2008). *Emprendedor: crear su propia empresa*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor.



- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Vallmitjana, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. Tesis doctoral, Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.
- Vásquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral*. Tesis doctoral, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Vásquez, M. (2017). *El Emprendimiento Empresarial: a Importancia de ser emprendedor*. California: Smashwords Edition.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Lima: Usaid Perú.

ANEXOS



ANEXO 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

Emprendimiento empresarial de los estudiantes de la facultad de administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas, sede central Abancay, 2019							
Formulación del Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Tipo, Alcance, Método y Diseño de Investigación	Técnicas e Instrumentos	Población y Muestra
¿Cómo se desarrolla el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019?	Describir el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019.	Emprendimiento empresarial	Proceso emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> Idea de Negocio Modelo de Negocio Plan de Negocio Asesoría y acompañamiento Desarrollo del Emprendimiento Retos y dificultades Limitaciones 	Tipo de investigación <ul style="list-style-type: none"> Tipo Básica Alcance de investigación <ul style="list-style-type: none"> Investigación descriptiva Método de investigación <ul style="list-style-type: none"> Método deductivo Diseño de investigación <ul style="list-style-type: none"> Diseño no experimental – transeccional o transversal 	Técnicas <ul style="list-style-type: none"> Cuestionario Instrumentos <ul style="list-style-type: none"> Ficha de Cuestionario 	Población: i) Estudiantes N= 274 Muestra: i) Estudiantes n= 107
<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo es el proceso emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019? ¿Cuál es el perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019? ¿Cómo es el entorno emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019? ¿Cómo son los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019? 	<ul style="list-style-type: none"> Describir el proceso emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019 Conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019 Conocer el entorno emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019 Conocer los emprendimientos de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019 		Perfil emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> Liderazgo Confianza en las capacidades Adaptación a cambios Creatividad Trabajo en equipo Tipo de formación Disponibilidad económica Aversión al riesgo 			
			Entorno emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo financiero Políticas gubernamentales Programas gubernamentales Educación y formación Transferencia de Investigación y Desarrollo Infraestructura comercial y profesional 			
			Emprendimientos	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de creación Tiempo en el mercado Formalización Permanencia Actividad económica Prácticas de gestión Volumen de producción y ventas 			



ANEXO 02
CUESTIONARIO

Me dirijo muy cordialmente a usted, con la finalidad de solicitar su cooperación para responder el presente cuestionario de opinión. Sus respuestas representan un valioso aporte para la realización del proyecto de tesis “**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC, SEDE CENTRAL, ABANCAY, 2019**”. Para optar el Título profesional de Licenciada en Administración, así mismo la información que brinde será con fines académico, de carácter confidencial y anónimo así que se le pide ser lo más sincero(a) posible, agradezco su colaboración.

INTRUCCIONES:

A continuación, se presenta preguntas relacionadas al Emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Facultad de Administración sede Abancay 2019, por favor marque con un aspa (X) la alternativa que refleje mejor su opinión sobre cada una de las preguntas.

INFORMACION GENERAL:

Género: Masculino () Femenino () **Edad:** _____

ITEMS		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
		1	2	3	4	5
Emprendimiento empresarial de los estudiantes de la facultad de administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central, Abancay, 2019.						
N° Variable 01: Emprendimiento Empresarial						
Dimensión 1: Proceso Emprendedor						
1	La Idea de Negocio que tuve fue una iniciativa propia	1	2	3	4	5
2	Los modelos de negocio que generan los estudiantes de la Facultad de Administración, son elaborados cumpliendo las exigencias mínimas requeridas	1	2	3	4	5
3	El Plan de Negocios que elabore fue de calidad	1	2	3	4	5
4	Tuve la asesoría necesaria y acompañamiento por parte del docente de la asignatura durante el proceso emprendedor	1	2	3	4	5
5	El desarrollo de mi emprendimiento cumplió con mis expectativas y objetivos planteado	1	2	3	4	5
6	Tuve retos y dificultades durante el proceso emprendedor	1	2	3	4	5
7	Tuve limitaciones en el proceso de mi emprendimiento	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Perfil Emprendedor						
8	Me considero un líder	1	2	3	4	5
10	Soy una persona que se adapta con facilidad a los cambios	1	2	3	4	5
11	Soy una persona creativa	1	2	3	4	5



12	Me gusta trabajar en equipo, escuchar a mis colaboradores y compañeros, y apoyarlos en aquello que sea necesario	1	2	3	4	5
13	Tengo alguna otra formación técnica o profesional, adicional a mi actual formación profesional	1	2	3	4	5
14	La disponibilidad de recursos económicos es indispensable para poner en marcha un emprendimiento	1	2	3	4	5
15	Tengo aversión al riesgo	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Entorno Emprendedor						
16	Recibí apoyo financiero por parte de la Universidad o de otra entidad durante el proceso emprendedor	1	2	3	4	5
17	Existen políticas gubernamentales que apoyan y fomentan los emprendimientos dentro de las Universidades	1	2	3	4	5
18	Las políticas gubernamentales promueven el emprendimiento empresarial	1	2	3	4	5
19	Recibí educación formal (en aula y/o fuera del aula), en temas de emprendimiento por parte de la Facultad de Administración	1	2	3	4	5
20	Accedí a publicaciones, información especializada, estudios, etc. sobre investigación y desarrollo respecto al sector de actividad económica de su emprendimiento producidos por universidades y/o instituciones de investigación.	1	2	3	4	5
21	Accedí a infraestructura física y de servicios de apoyo para la implementación y puesta en marcha en su emprendimiento (espacios de coworking)	1	2	3	4	5
Dimensión 4: Emprendimiento						
22	El proceso de creación de mi emprendimiento fue dificultoso	1	2	3	4	5
23	El tiempo que tuvo mi emprendimiento en el mercado fue muy corto	1	2	3	4	5
24	Mi emprendimiento llegó a formalizarse	1	2	3	4	5
25	La permanencia que tuvo mi emprendimiento en el mercado fue suficiente para poder desarrollar todos sus objetivos empresariales	1	2	3	4	5
26	La actividad económica de mi emprendimiento fue acorde a las necesidades del mercado	1	2	3	4	5
27	Las prácticas de gestión empresarial son medidas de fácil y rápida aplicación	1	2	3	4	5
28	Alcancé buen volumen de producción y ventas en la duración que tuvo mi emprendimiento	1	2	3	4	5

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	107	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
Total		107	100.0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.853	28



87	5	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	4	4	3	4	1	4	5	1	5	5	4	4	
88	4	3	4	2	1	5	5	4	5	4	4	5	1	5	3	1	3	3	3	3	3	3	5	1	2	4	2	2	
89	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	2	5	3	1	3	1	1	4	5	4	5	1	4	4	5	2	
90	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	2	2	3	3	4	3	4	4	2	2	3	2	2	
91	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	3	3	3	5	5	4	4	1	4	4	5	4	4	
92	2	2	2	2	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
93	5	2	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	1	5	4	1	3	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	
94	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	2	4	5	2	2	4	4	2	2	4	2	2	2	3	3	2	
95	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3	3	4	3	4	3	1	1	3	3	4	
96	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	
97	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3	3	4	3	4	3	1	1	3	3	4	
98	5	1	2	1	2	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	2	1	1	3	1	1	5	1	1	1	2	3	3	
99	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	1	5	4	1	1	1	4	4	1	3	3	3	3	3	3	
100	5	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	1	1	1	3	3	1	5	5	1	2	4	2	4	
101	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1	2	1	3	3	5	4	2	3	4	2	1	
102	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	2	5	3	1	3	1	1	4	5	4	5	1	4	4	5	2	
103	2	1	1	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	3	3	4	3	3	4	4	2	2	3	2	3	
104	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
105	2	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	1	5	4	4	5	3	5	2	4	2	4	3	2	
106	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	3	5	5	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5



ANEXO 3

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTOS



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION



Escuela académico profesional de Administración

I. INFORMACION

1.1. DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: Vega Loayza, Freddy

1.2. DEL AUTOR DE LA INVESTIGACION

Proyecto de ^{II} Investigación: Emprendimiento Empresarial de los Estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac Sede Central Abancay, 2019

Responsable: Contreras Gonzales Olga

Instrumento:

Cuestionario

Formato de Entrevista

1.3. FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH				
			Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulan con lenguaje apropiado					80%
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				70%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				70%	
4	ORGANIZACION	Muestra una organización lógica					90%
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				70%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias				70%	90%
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teóricos científicos				70%	
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices					90%
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema				70%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				70%	
TOTAL							

II. OPINION DEL EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los Art. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica de Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente documento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

Se valida

No se valida

Abancay, 10 de diciembre del 2019.

Firma y sello del experto:

Freddy Vega Loayza
 DOCENTE ORDINARIO PRINCIPAL





UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
 Escuela académico profesional de Administración



I. INFORMACIÓN

1.1 DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: Perez Olaguivel Edgar Anibal

1.2 DEL AUTOR DEL INSTRUMENTO

Proyecto de Investigación: Emprendimiento Empresarial de los Estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Micaela Bastidas de Apurímac, Sede Central Abancay, 2019"

Responsable: Contreras Gonzales Olga

Instrumento:

Cuestionario

Formato de entrevista

1.3 FACTORES DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

Nº	INDICADORES	CRITERIOS	COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH				
			Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			(0-20%)	(21- 40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulación con lenguaje apropiado				70 %	
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables				70%	
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología					90%
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica				70%	
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				70%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias					90%
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teórico científicos					90%
8	COHERENCIA	Entre dimensiones , indicadores e índices				70%	
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema				70%	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				70%	
TOTAL							

II. OPINION DEL EXPERTO

Vistos en instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices, y en cumplimiento de los Arts. 25º y 35º ok ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica del Reglamento General de Grados y Títulos – UNAMBA, el presente instrumento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

Se valida

No se valida

Abancay, 20 de diciembre del 2019

Firma y sello del experto:

Ing. Edgar Anibal Pérez Olaguivel
 DOCENTE



FICHA DE VALIDACIÓN

Datos del Experto: Mg. David Barrial Acosta

Título de la Investigación: Emprendimiento Empresarial de los Estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Sede Central, Abancay 2019.

Objetivo: Conocer las características de los emprendimientos empresariales de los estudiantes de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, sede central Abancay, 2019

Unidad de análisis: Estudiantes Universitarios, Negocios

Investigador: Olga Contreras Gonzales

Instrumento: Cuestionario

N°	EVIDENCIAS	INDICADORES	VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
01	Operacionalización de la variables	Metodología				X	
02	Pertinencia de reactivos	Coherencia				X	
03	Cantidad de reactivos para medir variable	Suficiencia				X	
04	Basados en aspectos teóricos de la variable	Consistencia				X	
05	Expresado en hechos perceptibles	Objetividad				X	
06	Adecuado para los sujetos de estudio	Oportunidad				X	
07	Formulado con lenguaje apropiado	Claridad			X		
08	Acorde al avance de la ciencia y tecnología	Actualidad					X
09	Muestra una organización lógica	Organización				X	
10	Calidad de instrucciones	Calidad			X		
TOTAL			a	b	c	d	e

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN: $C = (a+b+c+d+e) / 50 = (06+28+5) / 50 = 0.78 = 78\%$

NOTA: El instrumento se considera válido cuando el promedio del Coeficiente (C) otorgado por los tres expertos es $\geq 70\%$

Abancay, 24 de noviembre de 2020



Mg. David Barrial Acosta
Sello y firma del experto