

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS

**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS EGRESADOS DE
LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS FILIAL HUÁNUCO –
2016**

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

Presentado por el Bachiller:

DIAZ VILCA, DARWIN JONATAN

HUÁNUCO – PERÚ

2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios y a mis padres por el apoyo incondicional, ejemplo y fortaleza que me dan día a día para seguir adelante.

Darwin

Agradecimiento

Gracias a Dios ser maravilloso que me dio fuerza y fe para creer en lo que me parecía imposible terminar.

A toda mi familia por ayudarme en cada decisión y proyecto de mi vida mis padres y hermanos; por siempre haberme brindado sus consejos y apoyo en cada etapa de mi vida.

A mi novia Wendy quien me apoyo y alentó para continuar, cuando parecía que me iba a rendir.

También a mi asesor por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico quien con su experiencia, su paciencia y su motivación me ha guiado en todo el desarrollo de mi tesis.

A la UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional y todos mis profesores, porque todos han aportado con un granito de arena en mi formación profesional.

El autor

RESUMEN

La presente investigación tuvo la finalidad de determinar el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016 y parte del supuesto que dicho emprendimiento es alto.

El presente estudio investigativo es de tipo no experimental de alcance descriptivo, con un nivel también descriptivo y se empleo el diseño descriptivo simple. La población lo conformaron 112 egresados del año 2016 de las Escuelas Profesional de la Universidad Alas Peruanas, Filial Huánuco y la muestra es de 25 egresados de la Escuela Profesional de Admnistracion y Negocios Internacionales por lo que se trata de una muestra No Probabilística. Para la toma de datos se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario que midió el emprendimiento empresarial y sus dimensiones, el mismo que fue validado estadísticamente y cuya confiabilidad se determinó mediante el Coeficiente Alfa de Cronbach.

El resultado y la conclusión más importante indican que el 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas del año 2016 tiene un alto emprendimiento empresarial y de acuerdo al baremo elaborado, esta variable tiene una valoración de alta con un puntaje de 20.6 de un total de 30, así mismo el 96% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas del año 2016 tienen una alta motivación y de acuerdo al baremo elaborado esta dimensión tiene una valoración alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30. Igual ocurre con el conocimiento empresarial donde el 96% y con la actitud donde el 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas del año 2016 tienen un conocimiento empresarial y actitud alta.

Palabras clave: Emprendimiento empresarial, conocimiento empresarial, cultura emprendedora, motivación, actitud empresarial.

ABSTRACT

The present investigation had the purpose of determining the entrepreneurial enterprise of the graduates of the Alas Peruanas University subsidiary Huánuco-2016 and part of the assumption that said enterprise is high.

The present research paper is non-experimental type descriptive, with a descriptive level and simple descriptive design. The population was made up of 112 graduates in 2016 of the Professional School of the Alas Peruanas University, Filial Huánuco and the sample is the 25 graduates of the Professional School of Management and International Business so it is a No Probabilística sample. For the collection of data, the survey was used as a technique and as an instrument the questionnaire that measured the entrepreneurial enterprise and its dimensions, which was validated statistically and whose reliability was determined by the Cronbach's Alpha Coefficient.

The result and the most important conclusion indicates that 56% of Alas Peruanas University graduates in 2016 have a high entrepreneurial activity and according to the scale developed this variable has a high score with a score of 20.6 of a total of 30, and 96% of alumni of Alas Peruanas University in 2016 have a high motivation and according to the barneo elaborated this dimension has a high score with a score of 24.6 out of a total of 30. Same happens with business knowledge where 96% and with the attitude where 56% of the graduates of Alas Peruanas University in the year 2016 have a business knowledge and high attitude.

Keywords: Entrepreneurial entrepreneurship, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial culture, motivation, entrepreneurial attitude.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	vii
INTRODUCCIÓN	ix
 CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Objetivos de la investigación	17
1.3.1 Objetivo general	17
1.3.2 Objetivos específicos	17
1.4 Justificación del estudio	18
1.5 Limitaciones de la investigación	20
 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes del estudio	21
2.2 Bases Teóricas	25
2.3 Definición de términos básicos	41
2.4 Hipótesis	42
2.4.1 Hipótesis general	42
2.4.2 Hipótesis específica	42
2.5 Variables	43
2.5.1 Definición conceptual de la variable	43
2.5.2 Definición operacional de la variable	43
2.5.3 Operacionalización de la variable	44

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación	45
3.2 Descripción del ámbito de la investigación	46
3.3 Población y muestra	47
3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	47
3.5 Validez y confiabilidad del instrumento	48
3.6 Plan de recolección y procesamiento de datos	49

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Presentación e interpretación de los resultados	51
4.2 Prueba de hipótesis	57

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN 59**CONCLUSIONES** 62**RECOMENDACIONES** 63**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Bibliográficas	64
- Páginas web	64

ANEXOS.

ANEXO 1: Matriz de consistencia	68
---------------------------------	----

ANEXO 2: Instrumento	69
----------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla N° 01. Emprendimiento Empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	51
Gráfico N° 01. Emprendimiento Empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	51
Tabla N° 02. Motivacion empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	52
Gráfico N° 02. Motivacion empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	53
Tabla N° 03. Actitud empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	54
Gráfico N° 03. Actitud empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	54
Tabla N° 04. Conocimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	55
Gráfico N° 04. Conocimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas	56

INTRODUCCIÓN

La sociedad de hoy en general y las empresas plantean a las universidades nuevos retos en la formación de capital humano, buscan egresados que tengan una fuerte adaptación al cambio, con habilidades y actitudes para emprender nuevos esquemas en el ámbito profesional. Adicionalmente, se requiere una transformación de la universidad en sí misma, que forme, en lugar de operadores en la sociedad industrial, a impulsores y ejecutores en la sociedad del conocimiento.

La presente investigación tiene como finalidad identificar el Emprendimiento Empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas focalizando los factores para dicho emprendimiento.

Este estudio identifica, organiza y analiza la conducta empresarial que actualmente los jóvenes profesionales egresados de carreras vinculadas directamente al campo económico-empresarial. La metodología del trabajo consistió en seleccionar una muestra de alumnos egresados de la universidad Alas Peruanas de la escuela de Administración y negocios internacionales 2016, luego de lo cual se entrevistó a profundidad a dichos egresados.

El objetivo general es determinar la cultura del emprendimiento, focalizando las competencias emprendedoras en los estudiantes, por medio de actividades que apoyen la creación de empresas productivas y competitivas. Para esto se analiza la motivación en los egresados, las ideas de negocio y las causas financieras.

Tan determinante sería una conducta empresarial positiva ya que les brindaría a los estudiantes la opción de iniciar un proceso de creación de empresas, desarrollando en los estudiantes un espíritu emprendedor e innovador capaces de generar beneficios para sí mismos y para el país.

Comprender los factores que promueven o detienen el nacimiento de nuevas empresas es importante para los esfuerzos de desarrollo

económico regional ya que la dinámica de los procesos de creación de empresas varía dependiendo del contexto institucional y del nivel de desarrollo económico (Acs, Desai y Klapper, 2008). Las condiciones de empleo – inestabilidad, precariedad, insatisfacción salarial – pueden empujar a los individuos a iniciar su propio negocio, siendo el deseo de desempeñar una actividad independiente la fuente más importante de creación de nuevas firmas. En un contexto económico como el actual en donde se tienen elevadas tasas de desempleos, desplazamiento de las expectativas hacia trabajos menor calificados y de menores ingresos crea incentivos para que los alumnos universitarios se involucren en actividades empresariales. Si ellos evalúan que el mercado no ofrece empleos acordes a su formación universitaria, y que desempeñándose por cuenta propia obtendrán un retorno superior al esperado bajo la relación de dependencia, se verán inducidos a pensar en la creación de una empresa propia como opción de carrera (Henrekson y Rosenberg, 2000), citado por (Liseras, 2003).

Es muy relevante reconocer que las empresas no se inician por casualidad, y que la actividad emprendedora puede ser caracterizada como una forma de comportamiento planificado. La forma de entender las características y la naturaleza del fenómeno emprendedor y sus implicaciones para los individuos, la sociedad y el desarrollo económico, se ha constituido en una de las partes fundamentales de la investigación sobre creación de empresas. Como consecuencia, se analiza la influencia de las percepciones y creencias individuales en la decisión de crear empresa. Las bases teóricas de estos trabajos se encuentran en el modelo del “evento emprendedor” de Shapero (1984), así como en la teoría general sobre el comportamiento planificado de Ajzen (1991); ambas aportaciones proveen un sustento para explicar la generación de intenciones emprendedoras como una función de la deseabilidad y la viabilidad percibida en la creación de empresas (Kueger y Brazeal, 1994).

El inicio de una nueva empresa es siempre una idea de negocio que involucra el objetivo y la forma de la nueva empresa. La idea de negocio debe estar basada en la oportunidad contenida en el entorno y que el

nuevo empresario quiere satisfacer a través de la creación de una empresa. El conocimiento es el principal estado de alerta al descubrimiento de oportunidades, el empresario no sabe previamente de la oportunidad que actúa, el estado de alerta del empresario lleva a algo que no se imaginaba, es decir al descubrimiento de una nueva forma de hacer las cosas. Cada empresario organiza las experiencias del pasado en un conjunto de información que, en cualquier espacio de tiempo, determina su acervo de conocimientos. Los emprendedores son personas que manejan el estado de alerta como el vehículo para crear y explotar oportunidades en su beneficio, sobre la base del instinto y el conocimiento existente, el empresario hace algunas decisiones y espera sus consecuencias. Cuando los resultados estén disponibles, comienza repitiendo sólo las opciones que han obtenido mejores resultados de acuerdo a sus objetivos iniciales.

Las razones porque una persona puede descubrir una oportunidad antes de otra es la de tener una mejor información, las cuales puede obtenerse de experiencias de la propia vida, experiencias en otros negocios o en empleos anteriores, las redes sociales, los procesos de búsqueda de información y que sea capaz de dar un uso eficiente a esa información lo cual está relacionada a las características de personalidad como son la capacidad analítica, la inteligencia y las habilidades cognitivas de los emprendedores. Las oportunidades se presentan de cambios en el medioambiente en el cual opera el emprendedor, esos cambios crean un desequilibrio el cual el emprendedor puede explotar. En la fase inicial de los proyectos de emprendimiento, el capital humano del emprendedor se expresa en su educación, experiencia y habilidades y constituye la más importante dotación inicial de recursos. En la escuela de negocios, a menudo existe un alto grado de control en el aula y la dependencia de "autoridad" y la validación de "expertos". En contraste, en el caso de una posición empresarial, el individuo debe desarrollar un nuevo estilo de aprendizaje en aspectos de habilidades de negociación, pensamiento creativo, valores y exposición a experiencias innovadoras y de emprendimiento que influyen de forma activa en el proceso de aprendizaje. En cuanto al contexto educativo en general, la investigación empírica ha

demostrado que tanto la presencia de programas de educación empresarial como una imagen positiva de los creadores de riesgo dentro de las instituciones educativas son los incentivos para que los estudiantes elijan una profesión que involucre el emprendimiento (Fayolle, Gailly y Lassen-Clerc, 2006).

Adicionalmente, a las universidades les cabe también un rol de apoyo directo a los nuevos proyectos a través de incubadoras de negocios, el cual debe ser fortalecido y ampliado. Esta instancia debiera ser entendida como un sistema amplio de servicios empresariales (legales, administrativos, de computación entre otros), de manera de facilitar efectivamente la puesta en marcha de una empresa. Diferentes investigadores han demostrado cómo las universidades impulsan el derrame de conocimientos reclutando y atrayendo talento al territorio, transfiriendo tecnología a través de relaciones locales, formando graduados y proporcionando una plataforma para que las empresas, los individuos y los organismos públicos puedan interaccionar. La creación de empresas alrededor de las universidades es un reflejo del comportamiento institucional en donde se tienen normas y reglas que apoyan esta actividad, por lo cual entendiendo lo que los ex alumnos emprendedores piensan y creen, en la universidad se puede tener más conocimientos de cómo lograr una mejor eficiencia en el fomento al emprendimiento al crear condiciones de apoyo dentro de la universidad.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.Planteamiento del problema

Hoy en día, tanto en Perú como en el resto de países de Latinoamérica enfrentamos un desafío claro: aumentar la productividad con miras a crecer con mayor dinamismo y alcanzar el desarrollo.

Aumentar la productividad es una preocupación tanto para el sector público como el privado; sin embargo, para solucionar este tema, tradicionalmente surgen propuestas enfocadas a abordar variables macroeconómicas del país, tales como reformas en las áreas de educación, salud, infraestructura o innovación tecnológica.

Las propuestas de solución en esas áreas son muy válidas, no obstante, desde otro punto de vista, la productividad de un país también se define por cómo sus empresas se gestionan en el día a día para responder a su entorno competitivo y lograr ser más productivas. Y es aquí donde las empresas peruanas tienen el desafío de identificar y resolver aquellas causas que impactan en su productividad y, por lo tanto, sus resultados de negocio.

Desde esta perspectiva, se busca una conducta empresarial en los egresados de las carreras de negocios y economía e identificar oportunidades existentes y proponer iniciativas de negocio que se traducirán en más oportunidades laborales en nuestro mercado, mayor independencia laboral, mayor competencia y productividad para el mercado esto al convertirse en una política con el tiempo logrará ser una palanca positiva para nuestra economía peruana, además a través del tiempo las tendencias de conseguir un empleo en el mercado de trabajo se han extendido y el hecho de que la mayoría egrese con el pensamiento de querer buscar un trabajo y no

tener iniciativa para hacer empresa es preocupante este es un punto por el cual nuestro país también se encuentra con una tasa de desempleo alarmante.

Sin embargo se observan que los egresados de las universidades más son trabajadores dependientes sobre todo de empresas privadas. Al respecto según la Encuesta Nacional de Egresados Universitarios, realizada entre los meses de setiembre y diciembre del año pasado con jóvenes menores de 30 años, aproximadamente nueve de cada diez (en promedio 87%) laboran en actividades relacionadas con la carrera que estudiaron.

De ellos, el 85,7% son empleados, el 9,7% tiene un trabajo independiente y el 3,7% son empleadores. Asimismo, tomando como referencia el tipo de empresa en la que laboran, se estableció que el 75,3% pertenece al sector privado, el 24,6% al sector público y solo el 0,1% a las fuerzas armadas y policiales. (La república, 2015)

Estos datos también se reflejan en los egresados de la Universidad Alas Peruanas-Filial Huánuco, donde más del 80% tienen trabajos de tipo dependiente sobre todo en las empresas privadas como son principalmente en entidades financieras, en los mega comercios que últimamente se han instalado en la ciudad, y muy pocos en los gobiernos locales y regionales. Y menos del 10% tienen trabajos independientes.

¿Pero, está el Estado brindando su apoyo a los emprendedores?

El Perú es un país de emprendedores. Sin embargo, sus emprendimientos son débiles y pequeños, debido a que le falta al Estado crear un marco jurídico que sea amigable con las pequeñas empresas y desarrollar los pilares que generen mayor competitividad empresarial.

Promover el desarrollo de los emprendedores en nuestro país es vital; sobre todo si existen cerca de 3.5 millones de micro y pequeñas

empresas (Mypes) que representan el 98% de las empresas en el Perú y generan cerca del 65% de empleo en el país. Según la Cámara de Comercio de Lima alrededor de 200 mypes se crean cada semana en el país.

¿Y cuáles son las áreas que el Estado debería enfatizar para que el emprendimiento no quede solamente en una primera etapa?

Una tarea pendiente por el Estado es el desarrollo de la formalización. De los 3.5 millones de Mypes que existen en el país, sólo 1,2 millones son formales. El Estado debe promover la formalización generando un marco jurídico amigable para la micro y pequeña empresa, que incentive que el emprendedor se formalice al encontrar ventajas, facilidades e información por parte del Estado.

En el año 1803 el economista francés Jean Baptista Say dió a conocer la primera diferenciación entre los términos empresario y capitalista afirmando que “el empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y recursos financieros) para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que el emplea, de los gastos en que incurre y de la utilidad que busca. Es el punto de apoyo sobre el cual gira todo el negocio. Para ser exitoso debe tener juicio, perseverancia y un conocimiento tan bueno del mundo como del negocio. Debe poseer el arte de la superintendencia y de la administración”. Por otro lado, en el año 1934, Joseph Schumpeter afirmó que la función del empresario es “cambiar el esquema de producción usando una tecnología no tratada para elaborar un nuevo bien, o produciendo un producto viejo en una nueva forma, o abriendo una nueva fuente de oferta de materiales, o un nuevo punto de venta o reorganizando una industria” De estas dos afirmaciones se puede concluir que el empresario es el principal agente y el actor fundamental de las actividades de producción, capaz de vencer las dificultades presentadas por el entorno diariamente. Esto también se puede evidenciar según las afirmaciones realizadas

por Arthur Cole en 1959 “Ser empresario es la actividad personal de un individuo o grupo de individuos que toman la iniciativa, mantienen y crecen una unidad de negocio orientada a la producción y distribución de bienes y servicios.

Peter F. Drucker en 1964 manifiesta que “el trabajo del empresario es la maximización de oportunidades y que, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia), más que el efectuar las actividades bien hechas (eficiencia) que es la labor fundamental de los gerentes; y que se deben concentrar los recursos y los esfuerzos más en esas oportunidades empresariales que en los problemas gerenciales” En 1974 Drucker retornó con el tema y afirmó que la función del empresario es lograr que el negocio de hoy, y especialmente el exitoso, permanezca exitoso hoy y en el futuro transformándolo en un negocio diferente. Dice: “el empresario tiene que reorientar recursos de área de resultados bajos o decrecientes a áreas con potencialidad de resultados altos o crecientes. Tiene que abandonar el pasado y declarar obsoleto lo que ya existe y se conoce. Tiene que crear el mañana”.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general:

¿Cómo es el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016?
- ¿Cuál es el nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016?

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar cómo es el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar cuál es el nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016.
- Determinar cuál es el nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016.
- Determinar cuál es el nivel de conocimientos de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016.

1.4. Justificación del estudio

El conocimiento del emprendimiento empresarial es un tema de suma importancia, puesto que entender que cualquier emprendimiento que uno quiera llevar a cabo requiere tiempo, paciencia y dedicación. Es por esto que empezar un emprendimiento, sea personal, colectivo, solidario, con fines de lucro o cualquier otra causa es siempre un trabajo consciente y a largo plazo, en el que se propone una idea y se lleva a cabo día a día.

Los emprendimientos personales (por ejemplo, poner un negocio de productos propios) generan beneficios no sólo de tipo económicos sino también, y especialmente, de autoestima ya que uno puede aprender y darse cuenta conscientemente de lo que es capaz, de lo que puede lograr, proyectando a futuro y esforzándose día a día. El emprendimiento personal puede ser algo deseado por años o algo que surge en el momento; de cualquier modo debe ser entendido como algo positivo y estimulante en la vida de cualquier persona.

Más allá de que hablemos de emprendimientos meramente económicos o emprendimientos personales, de crecimiento, solidarios, colectivos, etc., hay siempre un par de elementos a tener en cuenta y hacen que el emprendimiento sea exitoso o no. Uno de los más claros e importantes es el nivel de compromiso y esfuerzo que la persona o las personas que lo llevan a cabo están dispuestos a dar por él. Esto es esencial ya que hará que el emprendimiento salga adelante con la fuerza que se necesite en lugar de estancarse y perder volumen.

Por otro lado, es también muy importante la paciencia que se pueda tener frente a situaciones frustrantes, lo cual significa estar bien preparado frente a este tipo de situaciones y no dejarse vencer por la ansiedad o la negatividad.

Justificación Teórica.- Este proyecto se está desarrollando para analizar los aspectos de cómo conllevaría a intensificar el desarrollo y práctica del Emprendimiento Empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas, utilizando métodos, los cuales servirían para mejorar los planteamientos de cómo realizar y así obtener buenos resultados con la implementación del Emprendimiento Empresarial.

Justificación Práctica.- El proyecto es importante porque en los últimos años se le había restado importancia, pero actualmente se le ve como una posibilidad de alcanzar al progreso y desarrollo personal

y social. Entre las ventajas que tiene el emprendimiento empresarial, encontramos: la posibilidad que tiene el individuo de manejar su propio tiempo y ser su propio jefe, tomar decisiones autónomas, ingresos crecientes, además de que genera empleo.

Justificación Metodológica.- Como campo aún en proceso de configuración, presenta una pluralidad de perspectivas, complementarias en algunos aspectos, divergentes en otros. Las investigaciones de percepciones describen al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Así mismo el instrumento elaborado servirá a futuros investigadores para ello deben contextualizarlo a la realidad a investigar.

Justificación Social.- Esta investigación permitirá generar iniciativa en el aspecto emprendedor de cada individuo y así se practique en las empresas de nuestra provincia ya que así estaremos inculcando esa virtud en todos los egresados.

1.5. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones del presente estudio se refieren especialmente al tiempo que dispone el responsable de la presente investigación, así como los pocos antecedentes regionales y ningún antecedente local.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

La presente investigación se basa en estudios anteriores, así se tiene los siguientes antecedentes:

2.1.1. Internacional

Meneses Gongalves, Carlos Alberto, (2011). Investigación titulada: “Cultura organizacional y las competencias de gestión en los sistemas de coordinación educativa artística en Madeira”, la muestra lo conforman 197 sujetos y el instrumento para la toma de datos fue el cuestionario. El autor llega a las siguientes conclusiones:

Considerando la importancia estratégica para las organizaciones en este período post-moderno del Siglo XXI, de la “cultura y clima organizacional” y su interacción significativa con la “motivación en el trabajo” y las “competencias de gestión de los líderes”, este estudio, realizado en una organización de la Administración Pública Regional, puede ayudarnos a extrapolar sus resultados para otras organizaciones regionales, nacionales e internacionales, por el hecho de no conocer ningún estudio semejante en Portugal que analice estas mismas variables. Los resultados obtenidos en esta investigación, después de su análisis, de las correlaciones y de la regresión, indican la existencia en la organización en estudio, de las cuatro dimensiones de la “cultura y clima organizacional” (apoyo; innovación; objetivos; reglas), una de las dimensiones de la “motivación de los trabajadores” (motivación en la organización del trabajo) y, de las 24 “competencias clave de gestión de los líderes” 21 comprobadas, destacándose tres, de forma muy significativa,

asociadas a otros tres papeles: “convivir con el cambio” (innovador); “auto-comprensión y comprensión de los otros” (mentor); y “productividad” (productor). Así, teniendo como base el encuadramiento teórico y conceptual tratado en el capítulo I, las hipótesis analizadas a través del método cuantitativo (estudio de caso, investigación correlacional), con el apoyo de la estadística descriptiva, propiedades psicométricas, coeficientes de correlación, testes t-Student y ANOVA y modelos de regresión lineal múltiple, así como la discusión para llegar al modelo empírico, concluyese que: En la “motivación laboral”, en lo que concierne a la dimensión “motivación en la organización del trabajo”, las tasas de concordancia más altas surgen en las siguientes cuestiones: 90,4% “considera que la organización tiene condiciones de trabajo satisfactorias”; 86,3% refiere que “el feedback dado al trabajo efectuado contribuye para la motivación”; 80,7% “se sienten realizados con las funciones que desempeñan en la organización” y 80,2% menciona que “la organización permite el desenvolvimiento de los objetivos profesionales, existiendo un ambiente de cooperación entre los colegas de trabajo”. En la dimensión “motivación en el desempeño” las tasas de concordancia se sitúan en los 94,4% en “alcanzar sus metas y habitualmente desarrollar estrategias como forma de alcanzar su objetivo”; 83,8% concuerda que “las tareas diversificadas son importantes para el buen desempeño de las funciones”; 80,2% refiere que “en el desempeño de tarea es importante demostrar alguna emotividad”; y 70,0% “le gusta ser evaluado en el desempeño de sus tareas”. En la dimensión “realización y poder” se destacan los siguiente porcentajes: el 95,9% de los participantes “se sienten motivados cuando el trabajo que hacen es elogiado por su superior”; el 91,3% tiene la convicción de que “tener perspectivas de carrera es muy importante para la motivación profesional”; y el 93,4% “siente necesidad de crecer cada vez más en su función”. En la dimensión “motivación para el compromiso” se evidencio que el 95,4% considera que “sus conocimientos son sin duda determinantes en la forma de

trabajar”; el 88,3% “no considera su trabajo monótono”; el 85,8% “se identifica siempre con la función que desempeña”; y el 83,7% “se siente envuelto emocionalmente con su organización”.

Vidal Vidal, José, (2012), investigación titulada: “La cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas”. Las conclusiones a las que arribó el autor son:

A pesar de que numerosos estudios han constatado que la iniciativa emprendedora puede cultivarse desde las primeras etapas de la vida escolar y que existe una estrecha relación entre una adecuada oferta educativa en emprendimiento y una mayor actividad empresarial, la realidad es que la oferta educativa para estimular la capacidad emprendedora en el alumnado, tanto en educación primaria como en secundaria y el bachillerato, sigue siendo escasa en nuestro país. Por tanto, el itinerario de la educación emprendedora debería iniciarse en educación infantil y primaria, continuar en educación secundaria y el bachillerato, y finalizar en la universidad. El objetivo es desarrollar en los estudiantes desde las edades más tempranas habilidades para la participación social, el aprendizaje, el pensamiento, el trabajo y la resolución de problemas y la participación activa, para que cuando estén en edad de trabajar, tomen el control de su propia vida y se atrevan a buscar y encontrar por sí mismos formas diversas para lograr su bienestar. Por lo tanto, se puede establecer como objetivo principal de la educación en emprendimiento que las personas desarrollen actitudes positivas hacia la iniciativa emprendedora. Además, en una sociedad del conocimiento y dado el contexto de economía globalizada en que nos hallamos inmersos, la actitud que mantengamos respecto a la educación en emprendimiento tendrá un gran impacto en el crecimiento económico de España. La creación de nuevas empresas, el desarrollo de nuevas ideas y la innovación son esenciales para la economía. Así mismo, es urgente dedicar un mayor esfuerzo a motivar, formar y premiar a los profesores y a los centros educativos, ya que de la voluntad del claustro depende la inclusión de

este tipo de contenidos en el proyecto educativo del centro. El profesorado debe ser el primer objetivo de la educación emprendedora porque junto con el alumnado es el primer y más importante eslabón de la cadena educativa. También se podría promover el intercambio de buenas prácticas en emprendimiento, mediante la organización de foros o seminarios periódicos entre centros educativos de las distintas Comunidades Autónomas.

2.1.2. Nacional:

Vargas Gálvez, Pablo Martín, (2012). Investigación titulada: “La Motivación de logro en emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga-Ayacucho”. Investigó a una muestra de 473 Trabajadores, aplicando la Escala de Steers. Llega a las siguientes conclusiones: El diseño y programación de cursos, talleres, congresos y actividades sociales que puedan ser ejecutados por una institución dedicada a fomentar procesos de educación no formal y contribuyan además a la optimización de los procesos de aprendizaje del emprendedor de negocios culturales así como el desarrollo de sus competencias para la vida y el trabajo, teniendo como eje educativo central a su motivación de logro. El diseño de una propuesta de diseño de diplomatura de estudio que pueda ser implementada por una institución educativa académicamente acreditada por el Ministerio de Educación, que apunte a la superación de los vacíos de aprendizaje del emprendedor de negocios culturales y al fortalecimiento de sus competencias para la vida, el trabajo y desarrollo cultural de su región, teniendo como eje educativo central a su motivación de logro.

Alanya Reque, Silvia Beatriz, (2012). Investigación titulada: “Habilidades Sociales y Actitud Emprendedora en Estudiantes del Quinto de Secundaria de una Institución Educativa del Distrito del Callao”. Utilizó una muestra 288 Estudiantes, aplicando una Escala de Likert. Llega a las siguientes conclusiones:

Existe una correlación moderada entre la actitud emprendedora y las habilidades sociales, en tal sentido es necesario seguir desarrollando un plan de superación personal con apoyo externo. Existe una correlación alta entre la capacidad de realización y las habilidades sociales, por lo que inferimos que los jóvenes aprovechan las oportunidades para conseguir sus objetivos hasta alcanzarlos, así mismo expresan sus deseos, peticiones y piden favores para buscar orientaciones para lograr lo que se proponen. Existe una correlación alta entre la capacidad de planificación y las habilidades sociales, por lo que no presentan dificultad para tomar acciones oportunas a fin de superar los riesgos, asimismo expresan sus ideas, opiniones y sentimientos ante diferentes situaciones. Existe una correlación moderada entre la capacidad de realizarse socialmente y las habilidades sociales, por lo que es necesario seguir desarrollando estrategias, actividades que desarrollen la capacidad de persuasión, los cuales permitan conseguir sus objetivos personales y laborales, estableciendo formas de comunicación afectiva y efectiva.

2.1.3. Local:

No se encontró investigación alguna similar a la presente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Emprendimiento Empresarial

Es lo que identifica la forma de ser de una empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias y talentos colectivos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar.

2.2.2 El Emprendimiento en el Perú

Según el Informe Ejecutivo Global Entrepreneurship Monitor 2011, Perú ocupó el tercer puesto en el mundo, de países con mayor índice en actividad emprendedora temprana, detrás de China y Chile. Perú registró una tasa emprendedora de 22.9%. Es decir, uno de cada cinco peruanos estaba realizando algún tipo de emprendimiento.

El Perú es un país de emprendedores. Según INEI el 98% de las empresas en el Perú son micro y pequeñas empresas (Mypes) que son formadas por emprendedores. El emprendedor es aquella persona que tiene una buena idea y que tiene la capacidad de hacer que las cosas sucedan. Un emprendedor va a ser una persona capaz de promover cambios positivos, tiene pasión por lo que hace, es independiente, toma decisiones, enfrenta los problemas, asume riesgos y es persistente.

¿Y cuál es la motivación de un emprendedor? Las motivaciones de un emprendedor pueden ser el deseo, la oportunidad o la necesidad. Emprender por oportunidad es la mejor alternativa. En el caso del Perú, según el Informe GEM 2011 la tasa de emprendimiento por oportunidad es el doble de la tasa de emprendimiento por necesidad; es decir, por cada dos emprendimientos de subsistencia existen cuatro por oportunidad.

2.2.3 El papel emprendedor y una eficiente gestión empresarial

La competitividad sigue siendo el factor clave que permite a la empresa de menor tamaño sobrevivir y desarrollarse, pero en este caso y sin menospreciar la importancia de otros factores es explicada por la capacidad del emprendedor y por su eficiente gestión empresarial, ya que como señala Leibstein (1968:7), en Brunet y Alarcón (2004), los empresarios son los que suplen las deficiencias del mercado y dan terminación a los insumos. El empresario es el responsable de la puesta en marcha del negocio y del rumbo que tome, tanto en sus orígenes como en el desarrollo que pueda tener.

Las características y capacidades que lo definan reflejarán el tipo de gestión empresarial, llevando a una empresa a ser competitiva o marginada, a tener éxito o fracaso. Así como existen empresas de supervivencia, también existen empresarios de supervivencia, o en contrapartida, empresarios con una perspectiva de desarrollo a través de la creación de empresas competitivas. Se trata del empresario emprendedor capaz de hacer contribuciones sustanciales a la formación de instituciones económicamente dinámicas y políticamente viables en economías estancadas; el empresario transformador que capitaliza las condiciones de oportunidad económica (Berger, 1993).

Los atributos del emprendedor, al ser considerados la pauta para una gestión empresarial eficiente, han sido discutidos por diversos autores, siendo los más destacados Cantillo (1755), Say (1839), Kinight (1921), Shumpeter(1928) y Kirzner (1976). La discusión se da entre economistas y conductistas, al querer caracterizar la figura del emprendedor; los primeros se centran en la capacidad de innovar, mientras que los segundos lo hacen en los aspectos creativos o intuitivos propios de la conducta del empresario (Filion, 2003). El emprendedor es una figura producto de la sociedad pero capaz de transformarla y dirigirla, son personas con cualidades para dirigir el desarrollo y crear organizaciones exitosas (Varela, 2001).Blanchflower y D. Meyer (1991) hablan de emprendedores/innovadores, que corren riesgos con capital propio o ajeno, tienen confianza en sí mismos, forman juicios correctos, detectan oportunidades de negocios y toman decisiones resultado de esas nuevas oportunidades. Destaca la capacidad innovadora del emprendedor y la diferencia entre éste y un administrador (manager), el cual sólo organiza, mientras que el primero es creativo y percibe oportunidades no explotadas. El emprendedor posee habilidades que son fundamentales para la competitividad, éstas pueden implicar la facilidad para establecer relaciones de trabajo con clientes, proveedores y otros participantes del mercado que incrementan el resultado de los emprendedores o

también es posible asociar estas habilidades a una mayor capacidad para identificar mercados, estrategias y análisis correcto de problemas de negocios (Gompers et al., 2006). En este caso, el establecimiento de redes depende de la capacidad del empresario para fomentarlas y sacar provecho de éstas y no del entorno.

Otro aspecto importante del emprendedor es que puede influir en la creación de numerosas empresas de menor tamaño y de empleo, al ser capaz de transformar las actividades económicas a un costo menor que el valor que generan y realizar proyectos empresariales de alto impacto para el crecimiento de las regiones. En estas actividades el papel de las instituciones es fundamental, a la hora de reducir los riesgos y potenciar los beneficios de los emprendedores (Mateo y Sagarra, 2004).

El empresario es visto como motor del proceso económico. Landoni (2003), haciendo referencia al trabajo de Harper (2003), señala que en un escenario en el cual interactúan agentes con fracciones mínimas de conocimiento y en estado de ignorancia genuina, donde el problema emerge de la coordinación, el empresario es fundamental para promover el crecimiento y desarrollo a largo plazo. Los planteamientos de este segundo grupo de autores, al definir al emprendedor, piensan en cualidades necesarias para tener una empresa que sobreviva localmente, que contribuya al desarrollo regional y que sea competitiva en el ámbito internacional. No obstante, el empresario, además Escuela de Negocios // de ser innovador y poseer atributos propios de la personalidad o del carácter, debe contar con ciertas competencias y capacidades que le permitan administrar un negocio eficientemente; en ese sentido no es suficiente cumplir con un perfil de empresario predestinado, sino que éste debe ser capacitado y estar calificado intelectualmente para solucionar problemas de mercado, de organización y planeación, problemas financieros y cualquier otro tipo de soluciones sustentadas en el conocimiento. Rubio y Aragón (2002) destacan la importancia de la

estructura organizativa asociándola a nuevos factores para el éxito competitivo, vinculados al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, a la gestión e implementación de la innovación, o a los mecanismos que faciliten la captación de recursos ajenos. Estos nuevos factores son la gestión de recursos humanos y capacitación de personal, capacidades directivas, capacidades de mercadeo, calidad de producto, adecuada gestión financiera y valores culturales compartidos. El empresario debe implementar nuevas técnicas gerenciales y aumentar nexos comerciales con clientes y proveedores, poniendo énfasis en áreas como la gerencia, la planeación estratégica, mercadotecnia, recursos humanos, análisis financiero y evaluación de proyectos, comportamiento organizacional, comercio virtual y adopción de tecnología (Barragán y Pagán, 2002). El empresario también debe estar calificado para administrar una empresa de acuerdo con su giro, mercado y competidores; además debe desarrollar o adquirir capacidades conforme se desarrolle la vida de la empresa, pues cada etapa que atraviesa es distinta y por tanto los problemas que hay que sortear también lo son. La adquisición de conocimiento y desarrollo de habilidades, por parte del empresario, es fundamental para la creación, operación y transformación de la empresa de menor tamaño en ambientes altamente competitivos. El factor primordial de la gestión empresarial lo constituye el empresario, el cual debe ser capaz de afrontar un entorno de negocios adverso caracterizado por imperfecciones de mercado que elevan los costos de operación, escasez y alto costo de financiamiento, insuficientes esquemas asociacionistas, débil política pública de apoyo, falta de capital humano y capacidad empresarial y retraso tecnológico (Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac, 2002).

Michael E. Gerber, empresario estadounidense, autor de varios libros de negocios y calificado como el 'Gurú de las pequeñas empresas', según la Revista Inc. Magazine, profundiza y amplía esta definición en su libro *El mito del emprendedor: El emprendedor es un visionario*, es

ese creador que todos llevamos dentro. Todos nacemos con esa cualidad y eso define la manera en que vemos, oímos, sentimos y vivimos las experiencias. Esta cualidad puede florecer, si es alimentada, de lo contrario, sin estimulación, se trunca y muere. Este párrafo hace mención a las habilidades y cualidades que cada emprendedor posee, esto es simplemente lo que distingue a una persona de otra, sin embargo el entorno es lo que determinará que esta persona desarrolle o no sus dones en el futuro.

Un estudio de Kantis, Ishida y Komori (2002) indica que emprendedores de base universitaria fundan empresas con perfiles de negocio más innovadores, en sectores intensivos de tecnología utilizando como una parte clave para el inicio de sus empresas la formación de equipos de trabajo, las redes de contacto especialmente con proveedores, clientes, compañeros en la universidad y de trabajos previos. La forma de resolver problemas, el negociar, la identificación de oportunidades, el acceso a los recursos económicos lo adquieren de su propia experiencia laboral que la gran mayoría de ellos adquieren previamente.

2.2.4 Dimensiones del emprendimiento empresarial

Para la presente investigación se ha considerado las siguientes dimensiones del emprendimiento empresarial:

a) Conocimiento. Es todo lo que adquirimos mediante nuestra interacción con el entorno, es el resultado de la experiencia organizada y almacenada en la mente del individuo de una forma que es única para cada persona.

¿De verdad los jóvenes quieren ser emprendedores?

Ser tu propio jefe. Poner en marcha esa idea que te ronda la cabeza y convertirte en toda una referencia es el sueño de muchos. También de los menores de 30 años. Sin embargo, éstos se topan con la inexperiencia y la falta de contactos y de conocimientos en materia de

negocio, tan necesarios en la puesta en marcha de cualquier empresa.

En la década de 1990 muchos niños soñaban con triunfar en el mundo del fútbol y jugar en Primera División luciendo la camiseta de sus clubes favoritos, mientras sus hermanos mayores se veían vistiendo traje de raya diplomática y ganando dinero a puñados en Wall Street; ahora, figuras como Steve Jobs y Mark Zuckerberg han empujado a muchos universitarios a imaginarse su vida en Silicon Valley dirigiendo una gran compañía tecnológica.

La ilusión, el escaso miedo al riesgo y el gran dominio de la tecnología son cualidades de los jóvenes que cada vez más les animan a crear su propia empresa. Hoy emprender está de moda y, como en todo, las nuevas generaciones quieren estar a la última.

Pero el emprendimiento no sólo implica poner en marcha una idea, también hay que mantenerla, crear un proyecto escalable que tenga capacidad de crecimiento y que convenza a los inversores.

En los últimos años se ha creado todo un ecosistema emprendedor que ha facilitado a los recién graduados crear su propia empresa, una salida laboral que ya no se percibe con tanto miedo. De hecho, uno de cada cinco estudiantes universitarios admite que quiere lanzar su negocio, según se concluye en la encuesta Y después de la Universidad, ¿qué?, elaborada por Educa 2020 y Fundación AXA, y analizada por GAD3. Aunque es una cifra pequeña, es un porcentaje que ha mejorado en apenas cuatro años. Antes que esta alternativa, se barajan las opciones de trabajar en la función pública o en una multinacional, que tienen mayor peso. De hecho, la principal aspiración profesional entre los jóvenes españoles es trabajar en una compañía del sector privado.

Sin embargo, también despuntan algunas Comunidades Autónomas porque cuentan con una gran cantidad de universitarios que desean

emprender. Es el caso de Madrid, Cataluña, Canarias y Andalucía. Según esta encuesta, la capital de España es la que puede presumir de tener a los jóvenes más emprendedores.

Hoy la media de edad del emprendedor español se sitúa en los 40 años, aunque según dicho estudio se estima que en los próximos años se irá reduciendo hasta los 25. El rango medio de edad en la que los innovadores emprenden es lógico, al menos para los expertos que han colaborado en la elaboración del informe Global Entrepreneurship Monitor 2015, que consideran la experiencia, los conocimientos adquiridos (financieros, de negocio, de estrategia, de marketing), y las habilidades de gestión y de negociación fundamentales para poner en marcha una empresa con ciertas garantías.

Ecosistema. Según Joan Riera, profesor de innovación y emprendimiento de Esade, el mayor interés por trabajar por cuenta propia se ha visto impulsado principalmente por un cambio en el entorno y por la profesionalización de la figura del emprendedor.

“En el caso de Madrid y Cataluña se ha creado una industria alrededor del mundo de los emprendedores, pero en general, ahora es más fácil crear una empresa, aunque sigan siendo bastante arduos los procesos administrativos”.

Así, aunque el principal problema para poner en marcha un proyecto, según los jóvenes, es la falta de financiación, ahora se ha creado toda una red de business angels, incubadoras y aceleradoras que facilitan los primeros pasos de la start up. Los nuevos emprendedores tienen herramientas para superar estas trabas. El único hándicap al que no pueden poner remedio es su falta de experiencia y la escasez de contactos. Para ello, recomienda asociarse con alguien más sénior y formar un equipo mixto, uno de los planes inmediatos cuando se empiece a ganar dinero. Un error típico es rodearse sólo de

contemporáneos y no hay que olvidar que el inversor apuesta más por un equipo que por una idea.

“De lo que se trata es de crear empresas”, sentencia Luis M. Cabiedes, socio de Cabiedes & Partners, quien considera además esencial contar con cierta experiencia antes de lanzarse a la aventura de emprender. Cabiedes critica que muchos jóvenes creen que las ideas son lo más importante “y confunden emprender con innovar”. Asimismo, considera que “no es necesariamente una buena noticia que los jóvenes prefieran emprender a trabajar por cuenta ajena” y recuerda que las mejores economías “están formadas por grandes empresas que generan empleo”.

“Grecia cuenta con la mayor tasa de jóvenes emprendedores de la Unión Europea”, señala con cierta ironía el inversor, y no es para menos. En todas las generaciones ha habido ídolos a los que los más jóvenes han querido parecerse y hoy día parece que ese efecto arrastre lo ejercen figuras como la del fundador de Facebook. Sin embargo, una start up sólo es una empresa emergente, por lo que es completamente fundamental que el emprendedor tenga claros conceptos básicos de negocio.

Aun así, este rejuvenecimiento no sólo se ha producido entre los emprendedores, sino que también se da entre los inversores. “Ya hay profesionales con 30 años que han creado su propia empresa, han tenido éxito, la han vendido y ahora se dedican a invertir en nuevas ideas”, señala Riera. Aunque, de momento, éstos sean escasos y los éxitos que se viven en España se den a cuentagotas. Es más, la mayoría de inversores está esperando que se produzcan más ventas y haya más movimiento corporativo en este sector.

De momento, el perfil tipo de emprendedor responde al de un hombre metido ya en la treintena que, tras unos años adquiriendo experiencia, decide crear su empresa. La red de contactos, el acceso a la financiación, los conocimientos necesarios para gestionar como se

debe un negocio y el equipo adecuado son algunas de las ventajas de las que disponen los sénior frente a los júnior.

Y, aunque los jóvenes no andan desarmados y cuentan con la frescura, el arrojo para lanzarse a la aventura y las ganas de triunfar, aún no tienen la experiencia necesaria. Podrán triunfar, unos pocos, gracias a ideas disruptivas y a aliarse con los profesionales adecuados, pero para la gran mayoría el proceso emprendedor será un arduo camino.

b) Motivación. La motivación puede definirse como «el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo». Otros autores definen la motivación como «la raíz dinámica del comportamiento»; es decir, «los factores o determinantes internos que incitan a una acción». La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

La capacidad de automotivación es una de las más importantes que deben desarrollar los emprendedores, pero como seres humanos podemos sentir frustración y ganas de mandarlo todo al carajo.

Por suerte existen diversos lugares para encontrar la motivación que nos permita levantar el ánimo y estar una vez más preparados para perseguir nuestros sueños y superar cualquier obstáculo que se interponga.

En este artículo he querido recopilar 10 fuentes para encontrar inspiración en momentos difíciles y siempre estar con toda la energía enfocada para lograr todos nuestros proyecto sin importar cuan grandes se vean y lo incierto que parezca el camino.

Son ejercicios muy prácticos, que poniéndoles a prueba llena la vida de motivación.

1. La Pasión

Cuando sientes pasión por tu negocio nunca vas a sentirte desmotivado, no importa cuántas dificultades debas enfrentar y si debes fracasar 10 000 veces antes de ver consolidar tu empresa.

La mayoría de emprendedores erróneamente buscan "el negocio perfecto" o "el negocio más rentable" y terminan emprendiendo en sectores que no les generan la más mínima emoción. Los negocios son como el amor, puedes ver muchas chicas (o chicos en el caso de las mujeres) muy atractivas, pero solo hay una que realmente despierta tus pasiones y por la que sientes deseos de darlo todo hasta la muerte.

Una vez tienes claro lo que realmente te apasiona vas a ver como todas las cosas te salen bien, y si te salen mal, ten por seguro de que nunca te vas a arrepentir de haber seguido a tu corazón.

2. Una Visión del futuro deseado

Antes de comenzar un emprendimiento es recomendable visualizar el futuro del mismo y grabarte esa visión en tu cabeza, de esta manera vas a programar tu mente para que cada día trabaje en pro de esa visión.

Puede serte de gran utilidad elaborar un tablero de visión, es una herramienta muy poderosa que cuando se hace con firme certeza, permite llegar al futuro que tanto se anhela.

Los negocios pequeños son pequeños porque carecen de una gran visión que guíe su rumbo. Piensa, visualiza y actúa para convertir tu pequeño negocio en la gran empresa con que sueñas.

3. Metas claras

Una vez tienes diseñada tu visión, debes convertir esa visión en metas o pasos para llegar a ella. Recuerda que un emprendedor sin metas es como un gran barco a la deriva, pues posee todas las

capacidades para ir a donde quiera pero no sabe hacía donde dirigirse.

Las metas deben ser claras, precisas y definidas en tiempo y espacio. Cuando no se tiene un rumbo definido es más fácil caer en la tentación de abandonar algún proyecto.

Supongamos que tu visión a 5 años es ser dueño del asadero de pollos más grande de la ciudad, entonces debes plantearte metas como:

- Para diciembre de este año voy a abrir mi primer local comercial.
- Voy a mantener un crecimiento mensual del 20% en las ventas.
- Voy a destinar el 80% de la utilidad mensual total en reinversión para el negocio durante los primeros 5 años de vida.
- Cada 7 meses abriré un nuevo local comercial etc...

Estas metas se convertirán en un mapa para enfocar tus energías y sentirte motivado cada día porque estás metido en un negocio que te apasiona y además estas recorriendo un camino hacía tu más grande sueño.

Una vez tienes listas las metas te será más fácil diseñar las estrategias para alcanzar cada una de ellas.

4. Conocer historias de emprendedores exitosos

Esta actividad es súper buenísima para llenarnos de inspiración y sentirnos con ganas de hacer realidad todos nuestros proyectos.

Aquí en este blog tenemos una sección con casos e historias de emprendedores exitosos, pero también puedes salir a dar una vuelta por tu localidad para conocer algunos empresarios y

preguntarles sobre sus inicios, las dificultades que enfrentaron y cómo llegaron a consolidar su empresa.

Es especialmente recomendable buscar casos de éxito en la misma industria que deseamos emprender, por ejemplo, en el caso de los asaderos puedes buscar en Internet las mejores empresas de la industria y leer sobre su historia y las claves de su éxito.

5. La lectura

Hay libros con contenidos muy motivadores como: "Padre Rico, Padre Pobre", "Pasión por emprender", "La biografía de Steve Jobs" y muchas otras publicaciones que te transmiten el entusiasmo del autor por querer hacer cosas grandes. En nuestra sección de "ebooks gratis" puedes acceder a miles de libros sobre diferentes temáticas de interés para emprendedores.

Pero los libros no son el único recurso para leer. ¿Te has puesto a pensar cuánto lees diariamente en Internet? Cuando estas en una red social estas constantemente recibiendo información, mucha de esta información es nociva porque proviene de gente negativa que solo se dedica a quejarse de las cosas y a desmotivar a los demás, por ello debes tener mucho cuidado con los amigos que agregas y la gente que sigues.

Vía email puedes suscribirte a blogs como este, o puedes seguirnos en las diferentes redes sociales, de esta manera tu día a día estará lleno de mensajes e información que aporte a tu desarrollo personal. Cada cosa que lees se almacena en tu subconsciente y va programando tu mente, por ello debes ser muy cuidadoso con el alimento que le estas dando a tu cabeza.

6. Piedra de la Gratitud

La piedra de la gratitud es un ejercicio muy práctico pero con un poder inmenso. Solo debes conseguir una piedra y cada mañana

ponerla en tu bolsillo mientras agradeces por todo lo que tienes, y en la noche la sacas de tu bolsillo y nuevamente das gracias. Dar gracias causa un efecto multiplicador y hace que te sientas bien contigo mismo.

También puedes agradecer compartiendo tu éxito con los demás, recuerda el principio universal de "dar para recibir". No hay mejor sensación que ver sonreír a alguien y saber que tú eres el motivo, eso es muy motivante y te ayudará a mantener las ganas de continuar siempre adelante con tus proyectos.

7. Frases Motivacionales

En nuestra sección de frases célebres puedes encontrar cientos de frases de grandes emprendedores y autores. Toma algunas de estas frases y elabora carteles para poner en lugares que revises constantemente, verás cómo poco a poco tu mente se alimenta del pensamiento de ellos.

8. Ser consciente de que estas cambiando el mundo

Los emprendedores están para cambiar el mundo, y no hay mejor manera de motivarse que despertarse cada día sabiendo que estás haciendo algo grande y tu aporte va a hacer de este un mundo mejor.

Estas generando empleo, creando oportunidades, re-definiendo industrias, inspirando a otras personas... en fin, tu labor como emprendedor va mucho más allá de lo que piensas. Tienes una enorme responsabilidad y compromiso con este mundo. Cuando te sientas desmotivado recuerda que estás haciendo algo grande.

9. Un equipo de trabajo positivo

Puede que te sientas un poco desmotivado algunas veces y por ello debes tener a tu lado un equipo de personas comprometidas y apasionadas que te levantes el ánimo cada vez que pienses en desfallecer.

Busca personas complementarias y positivas que aporten a tu negocio y estén dispuestas a perseverar al igual que tú.

10. La Muerte

Y finalizamos con una manera muy motivante de animarse a hacer cosas grandes: la muerte. Algunos prefieren no hablar de ella, pero mira la perspectiva de Steve Jobs sobre la muerte:

Recordar que voy a morir pronto es la herramienta más importante que haya encontrado para ayudarme a tomar las grandes decisiones de mi vida.

Porque prácticamente todo, las expectativas de los demás, el orgullo, el miedo al ridículo o al fracaso se desvanece frente a la muerte, dejando sólo lo que es verdaderamente importante.

Recordar que vas a morir es la mejor forma que conozco de evitar la trampa de pensar que tienes algo que perder. Ya estás desnudo. No hay razón para no seguir tu corazón.

Fuertes palabras de alguien que debió enfrentar la muerte a una edad relativamente joven, pero sus palabras demuestran que él había venido a este mundo para cambiarlo y que debía hacer a un lado los temores y las penas para lograrlo. Cada vez que sientas miedo al fracaso recuerda las palabras de Steve.

c) Actitud. La actitud es una disposición subyacente que, con otras influencias, contribuye para determinar una variedad de comportamientos en relación con un objeto o clase de objetos, y que incluye la afirmación de las convicciones y los sentimientos acerca de ella y sobre acciones de atracción o rechazo.

Independencia, una solución a la crisis, autoempleo, ser el propio jefe. Las razones para poner en marcha una empresa son variadas, pero cada vez más españoles están dispuestos a convertirse en emprendedores. El 67% se muestra a favor de la creación de empresas y el 33% se ve con su propio negocio.

Ahora es el momento, voy a poner en marcha mi propio negocio. La toma de esta decisión no es tarea fácil: emprender es una actividad no exenta de dificultades que exige dejar el miedo a un lado y asumir riesgos. Pero cada vez son más las personas que deciden crear su propia empresa. ¿Qué les lleva a ello? Un estudio realizado por la compañía Amway revela que el motivo del 53% de los españoles encuestados es “ser mi propio jefe” y para el 33%, “la realización personal”.

También y debido a la actual situación económica, un negocio propio se ha convertido en la opción al desempleo. Para el 25,5% el emprendimiento se ha convertido en la vuelta al mercado laboral.

No obstante, ya sea por necesidad o por hacer realidad un sueño, los emprendedores poseen ciertas características comunes. Estas son el coraje, la autonomía para decidir la actividad y diseño del negocio, la flexibilidad y una buena capacidad para organizarse. De hecho, y según la encuesta antes citada, muchas de estos rasgos son apreciados como ventajas para emprender. La independencia, la conciliación de la vida familiar y laboral, una mejor gestión del tiempo y la realización personal son aspectos apreciados como ventajosos si se pone en marcha una empresa.

En concreto, la actitud frente al trabajo por cuenta propia se torna cada vez más favorable. El 67% de los españoles se muestra a favor de la creación de empresas y el 33% se imagina con su propio negocio. Y son los más jóvenes los más proclives al hecho de emprender: el 79% de las personas de entre 20 y 30 años manifiesta una actitud positiva.

La crisis económica y la incertidumbre son las barreras principales para emprender. Y así lo observan el 58% de los encuestados, de acuerdo con el estudio de Amway. La financiación, el eterno problema de la creación de negocios, es otro de los grandes obstáculos para el 42%, y por extensión, la falta de capital inicial.

Otros escollos que frenan la actividad emprendedora son el miedo al fracaso, los trámites burocráticos, y la falta de conocimientos y de soporte público. Y para el 11%, la escasez de ideas lastra la puesta en marcha de un negocio.

2.3. Definición de términos

- **Actitud.** La actitud es una disposición subyacente que, con otras influencias, contribuye para determinar una variedad de comportamientos en relación con un objeto o clase de objetos, y que incluye la afirmación de las convicciones y los sentimientos acerca de ella y sobre acciones de atracción o rechazo.
- **Calidad.** la calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.
- **Conocimiento.** Es todo lo que adquirimos mediante nuestra interacción con el entorno, es el resultado de la experiencia organizada y almacenada en la mente del individuo de una forma que es única para cada persona.

- **Emprendimiento.** Inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo, o tiene cierta importancia o envergadura. El emprendimiento requiere estar dispuesto a tomar riesgos relacionados con el tiempo, el dinero, y el trabajo arduo. Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

- **Emprendimiento empresarial.** Es lo que identifica la forma de ser de una empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias y talentos colectivos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar.

- **Gestión financiera.** la gestión financiera consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar.

- **Motivación.** La motivación puede definirse como «el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo».

- **Productividad.** la productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

2.4. Hipótesis

4.1 Hipótesis general:

El emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016 es alto.

4.2 Hipótesis específicas

- El nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016, es alto.
- El nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016, es alto.
- El nivel de conocimientos de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016, es alto.

2.5. Variables

La presente investigación por ser descriptiva tiene una sola variable que es la emprendimiento empresarial.

2.5.1 Definición conceptual de la variable

El emprendimiento empresarial se considera como una actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

2.5.2 Definición operacional de la variable

El emprendimiento empresarial se considera una actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado, el mismo que será medido mediante un cuestionario formado por 16 ítems correspondiendo 6 ítems para la dimensión motivación y 5 ítems para las dimensiones actitud y conocimiento empresarial respectivamente.

2.5.3 Operacionalización de la variable

Variable:	Dimensiones	Indicadores
Emprendimiento empresarial	Motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Realización personal • Ser mi propio jefe • Reconocimiento social • Ser exitoso
	Actitud	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar la iniciativa de las actividades • Organizar y liderar • Asumir errores y superarlos
	Conocimiento empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión financiera • Gestión comercial • Gestión de la información

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación

La presente investigación es de tipo no experimental puesto que no existe ningún tratamiento metodológico (manipulación de variables). Los hechos y fenómenos se investigaron tal como se presentaron.

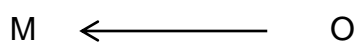
La investigación presenta el nivel descriptivo. Tiene como objetivo central la descripción de los fenómenos. Se sitúa en un primer nivel del conocimiento científico. Utiliza métodos descriptivos como la observación, estudios correlacionales, de desarrollo, etc. Hernández, Fernández y Baptista (2014), sostiene que la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

La presente investigación se realizó de acuerdo a las etapas de la investigación científica y que son las siguientes (Sierra B., 2007)

- Descubrimiento del problema de investigación.
- Documentación y definición del problema.
- Imaginar una respuesta probable al mismo.
- Deducir o imaginar consecuencias de la hipótesis o sub-hipótesis empíricas.
- Diseño de la verificación de las hipótesis o del procedimiento concreto a seguir en su prueba.
- Puesta a prueba o contraste con la realidad de la hipótesis a través de sus consecuencias o sub-hipótesis empíricas.
- Establecimiento de las conclusiones de la investigación.
- Extender las conclusiones y generalizar los resultados.

Del mismo modo se emplearon métodos particulares como el empírico que permitió la obtención y elaboración de los datos empíricos y el conocimiento de los hechos fundamentales que caracterizan a los fenómenos, el estadístico que contribuyó a determinar la muestra de sujetos a estudiar, tabular los datos empíricos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas a partir de ellos, el teórico que permitió profundizar en el conocimiento de las regularidades y cualidades esenciales de los fenómenos, el Inductivo que permitió a partir de hechos singulares pasar a generalizaciones y el deductivo que permitió pasar de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad. Pino (2010)

Este método obedece al diseño no experimental, transeccional y descriptivo simple, cuyo esquema es:



Donde:

M: muestra

O: Observación

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

La presente investigación trata sobre Emprendimiento Empresarial de los Egresados de la Universidad Alas Peruanas Filial Huánuco, tema que busca conocer en forma objetiva la conducta empresarial de los egresados, puesto que consideramos que este emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser desocupados o empleados a ser empleadores.

La presente investigación se realizó en la Universidad Alas Peruanas Filial Huánuco, que viene funcionando desde el año 2009, y comprenderá desde el mes de marzo al mes de julio del 2017 con unos 5 meses promedio, donde las últimas semanas se realizará el trabajo de campo, análisis estadístico, prueba de hipótesis y redacción del informe final.

3.3. Población y muestra

La población estuvo constituida por los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año académico 2016 que en total suman 112, que se puede observar en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Población de egresados de la de la Universidad Alas Peruanas del año académico 2016

Escuela Profesional	Alumnos
Administración y Negocios Internacionales	25
Contabilidad	12
Enfermería	14
Ingeniería Civil	42
Derecho	19
TOTAL	112

Fuente: Historial Académico de los alumnos de la UAP-Filial Huánuco

La muestra es no probabilística intencional o por conveniencia conformada por 25 egresados de la Escuela Profesional de Admnsitración y Negocios Internacionales.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

La técnica que se empleó en la presente investigación fue la encuesta como un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Una encuesta recoge información de una muestra.

Como instrumento se utilizó el cuestionario. Los cuestionarios proporcionan una alternativa muy útil para la encuesta. Al igual que la entrevistas, deben diseñarse cuidadosamente para una máxima efectividad.

Existen dos formas de cuestionarios para recabar datos: cuestionarios de preguntas abiertas y cerradas, y se aplican dependiendo de si los analistas conocen de antemano todas las posibles respuestas de las preguntas y pueden incluirlas. Para la presente investigación se empleará un cuestionario de preguntas cerradas que permitirán medir el emprendimiento empresarial y sus dimensiones conformado por 16 ítems.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

Validez. La validación del instrumento se realizó estadísticamente por medio del coeficiente de Pearson, empleando el Programa EXCEL 2013, cuyo resultado es el siguiente:

PREGUNTA	COEFICIENTE	DECISIÓN
01	0.28	VÁLIDO
02	0.33	VÁLIDO
03	0.35	VÁLIDO
04	0.81	VÁLIDO
05	0.35	VÁLIDO
06	0.29	VÁLIDO
07	0.32	VÁLIDO
08	0.21	VÁLIDO
09	0.34	VÁLIDO
10	0.38	VÁLIDO
11	0.85	VÁLIDO
12	0.29	VÁLIDO
13	0.35	VÁLIDO
14	0.78	VÁLIDO
15	0.70	VÁLIDO
16	0.43	VÁLIDO

Como en todas las preguntas el coeficiente de correlación es mayor que 0.21, se concluyó que el instrumento es válido

Confiabilidad. Par la confiabilidad del instrumento, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, que es un estadígrafo cuyo valor va de 0 a 1 con la siguiente valoración:

De 0.0 a 0.5: No confiable

De 0.5 a 0.7: Confiable

De 0.7 a 1.0: Altamente confiable

Procesando los datos de la muestra piloto en el software SPSS (v. 22.0), se tiene:

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	9	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	9	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Nº of Items
,764	16

Como el valor Alfa de Cronbach resulta de 0.764, entonces el instrumento es altamente confiable.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

Se utilizó las técnicas estadísticas en la obtención, ordenamiento, procesamiento, análisis e interpretación de datos. Para ello se efectuó el análisis descriptivo de la variable y sus dimensiones determinando la frecuencia absoluta y relativa así como la media aritmética o el promedio como estimación puntual para la prueba de hipótesis. Todos los resultados presentamos en tablas y gráficos estadísticos.

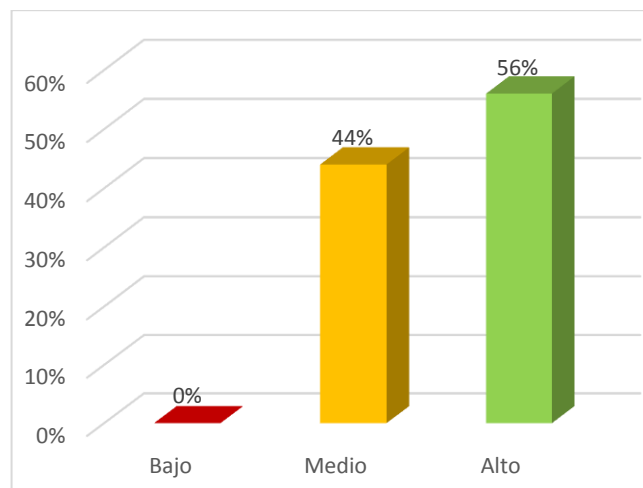
CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Presentación, análisis e interpretación de los resultados

Tabla N° 01
Emprendimiento Empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas

VALORACIÓN	PUNTAJE < LI;LS]	fi	%	xm	fi*xm
Bajo	00 - 10	0	0%	5	0
Medio	10 - 20	11	44%	15	165
Alto	20 - 30	14	56%	25	350
TOTAL		25	100%		514
Promedio	20.6				
Fuente: cuestionario aplicado el 2016 Elaboración : Propia					

Gráfico N° 01
Emprendimiento Empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas



Fuente: cuestionario aplicado el 2016

Elaboración : Propia

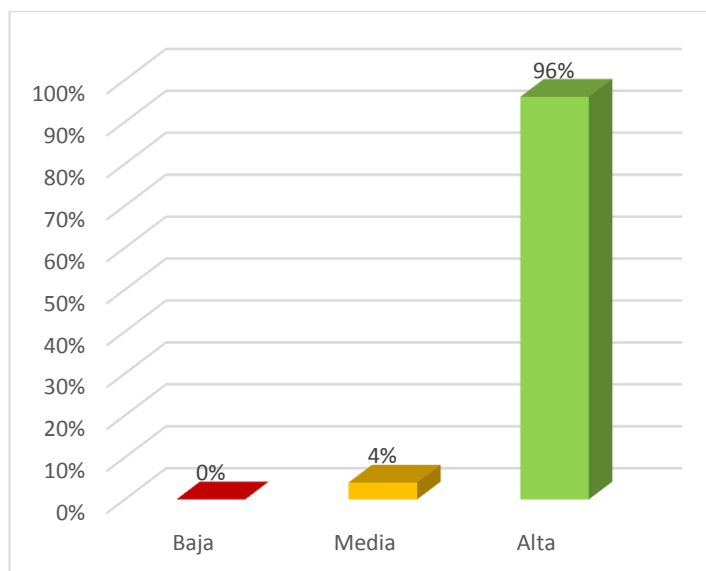
Análisis e interpretación

En tabla y gráfico 1, se observa que el 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tiene un alto emprendimiento empresarial, el 44% de las personas tienen un medio o regular emprendimiento empresarial y ninguno de ellos tiene bajo emprendimiento empresarial bajo, del mismo modo en promedio la valoración de esta variable es alto con un puntaje de 20.6 de un total de 30. Este hecho se debe porque existe buena motivación de parte de los directivos, funcionarios y docentes de la universidad, así como los conocimientos recibidos es adecuado con un proceso de enseñanza aprendizaje utilizando metodologías innovadoras, con teorías actualizadas y sobre todo cultivando las potencialidades personales como el análisis, la reflexión, el razonamiento y la capacidad ejecutiva y resolutoria; esto asociado a la actitud de los egresados de ser emprendedores y crear sus propias empresas y no depender de otros.

Tabla N° 02
Motivacion empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas

VALORACIÓN	PUNTAJE < LI;LS]	fi	%	xm	fi*xm
Baja	00 - 10	0	0%	5	0
Media	10 - 20	1	4%	15	15
Alta	20 - 30	24	96%	25	600
TOTAL		25	100%		615
Promedio	24.6				
Fuente: cuestionario aplicado en abril del 2016					
Elaboración : Propia					

Gráfico N° 02
Motivacion empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas



Fuente: cuestionario aplicado el 2016
 Elaboración : Propia

Análisis e interpretación

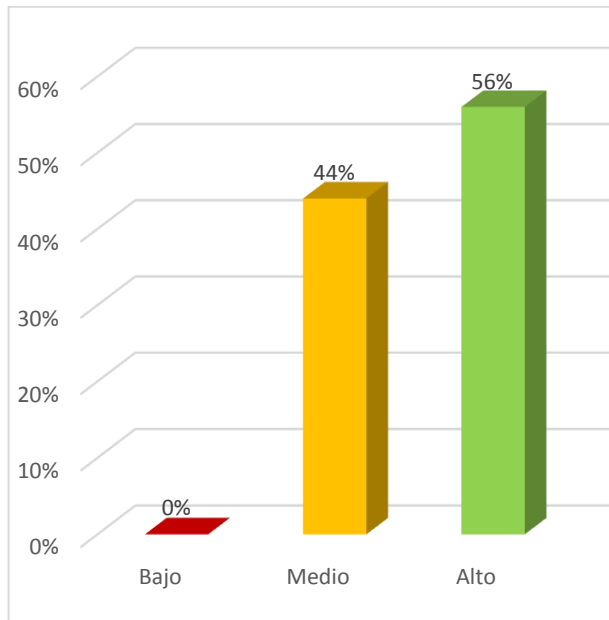
En tabla y gráfico 2 se observa que el 96% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta motivación, el 4% tienen una motivación media y ninguno de ellos tiene una motivación baja, del mismo modo en promedio la valoración de esta dimensión es alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30. Este hecho se debe principalmente porque los egresados evidencian una motivación fuerte que proviene primeramente de la familia y de la universidad donde terminaron sus estudios superiores, así como tienen un enfoque de emprendimiento que les gusta y apasiona y que dicha motivación es producto de no tener un empleo y muchas carencias sobre todo las económicas, puesto que los egresados provienen de familias de un nivel socio económico medio.

Tabla N° 03

Actitud empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas

VALORACIÓN	PUNTAJE < LI;LS]	fi	%	xm	fi*xm
Baja	00 - 10	0	0%	5	0
Media	10 - 20	11	44%	15	165
Alta	20 - 30	14	56%	25	350
TOTAL		25	100%		515
Promedio	20.6				
Fuente: cuestionario aplicado en abril del 2016 Elaboración : Propia					

Gráfico N° 03
Actitud empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas



Fuente: cuestionario aplicado el 2016
Elaboración : Propia

Análisis e interpretación

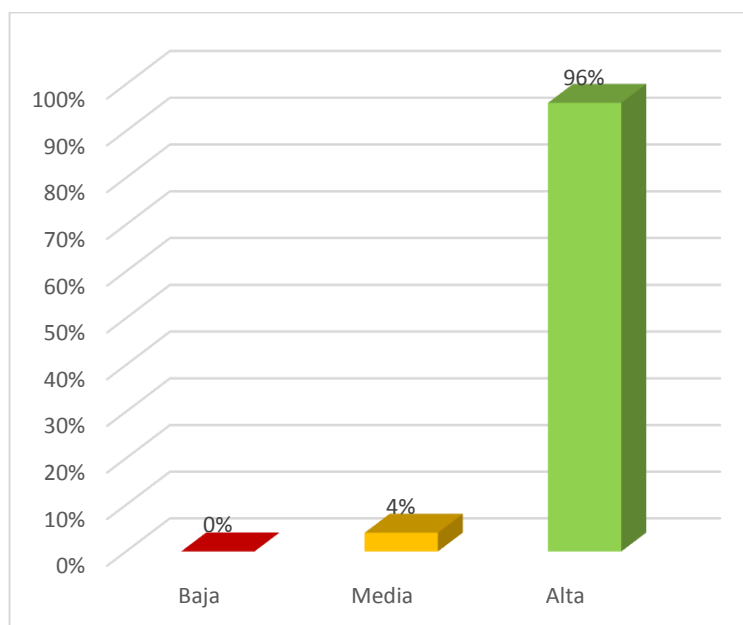
En la tabla y gráfico 3, se observa que el 56% de de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta actitud, el 44% tienen una actitud media o regular y ninguno de ellos tiene una actitud baja, del mismo en promedio la valoración de esta dimensión es alto con un puntaje de 20.6 de un total de 30. Este hecho se debe porque siempre los egresados tienen una actitud positiva, teniendo en mente frecuentemente una idea de negocio emprendedor y tienen miras de ejecutarlo, no están de acuerdo ni tienen una mínima intención de ser empleados del Estado, ni mucho menos depender de alguien, es por ello que tienen una actitud emprendedora e innovadora.

Tabla N° 04
Conocimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas
Peruanas

VALORACIÓN	PUNTAJE < LI;LS]	fi	%	xm	fi*xm
Bajo	00 - 10	0	0%	5	0
Medio	10 - 20	1	4%	15	15
Alto	20 - 30	24	96%	25	600
TOTAL		25	100%		615
Promedio	24.6				

Fuente: cuestionario aplicado en abril del 2016
 Elaboración : Propia

Gráfico N° 04
Conocimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas
Peruanas



Fuente: cuestionario aplicado el 2016
 Elaboración : Propia

Análisis e interpretación

En la tabla y gráfico 4, se observa que el 96% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas del año 2016 tienen un alto conocimiento empresarial, el 4% tienen un mediano o regular conocimiento empresarial y ninguno de ellos tiene bajo conocimiento, del mismo modo en promedio la valoración de esta dimensión es alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30. Este hecho se debe principalmente a que los egresados son proactivos y creen en sí mismo evidenciando suficiente conocimiento empresarial para emprender un negocio, entienden sobre acceso al crédito, préstamos, es decir, tienen una alta cultura financiera y conocimiento de negocios.

4.2 Prueba de hipótesis

La prueba de hipótesis por el tipo, nivel y diseño de investigación se realizó mediante las estimaciones puntuales interpretando la frecuencia relativa y la media aritmética.

Prueba de hipótesis general:

Respecto a la hipótesis general que indica, el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016 es alto, queda demostrada puesto que de acuerdo a los resultados el 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tiene un alto emprendimiento empresarial y de acuerdo al baremo elaborado esta variable tiene una valoración de alta con un puntaje de 20.6 de un total de 30. (Tabla y Gráfico N° 01)

Prueba de hipótesis específicas

1) La primera hipótesis específica que indica, el nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016, es alto; también queda demostrada puesto que los resultados el 96% de los egresados de la Universidad Alas

Peruanas el año 2016 tienen una alta motivación y de acuerdo al baremo elaborado esta dimensión tiene una valoración alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30. (Tabla y Gráfico N° 02)

- 2)** La segunda hipótesis específica indica que el nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016, es alto; queda demostrada puesto que de acuerdo a los resultados el 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta actitud y de acuerdo al baremo elaborado esta dimensión tiene una valoración alta con un puntaje de 2016 de un total de 30. (Tabla y Gráfico N° 03)

- 3)** La tercera hipótesis específica indica que el nivel de conocimiento de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016, es alto; también queda demostrada, ya que 96% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alto conocimiento empresarial y de acuerdo al baremo elaborado esta dimensión tiene una valoración alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30. (Tabla y Gráfico N° 04).

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar el grado de emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco. Para ello fue necesario aplicar encuestas a 25 egresados de la facultad de Administración y Negocios Internacionales, la cual se escogió como muestra de entre las diferentes Escuelas Profesionales de la Universidad Alas Peruanas con una población total de 112 egresados. Lo cual permitió conocer las situaciones de cada egresado, El resultado indica que el 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tiene un alto emprendimiento empresarial y de acuerdo al baremo elaborado esta variable tiene una valoración de alta con un puntaje de 20.6 de un total de de 30, así mismo el 96% de de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta motivación y de acuerdo al baremo elaborado esta dimensión tiene una valoración alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30. Igual ocurre con el conocimiento empresarial y con la actitud donde el 56% de de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta actitud y de acuerdo al baremo elaborado esta dimensión tiene una valoración alta con un puntaje de 2016 de un total de 30.

Estos resultados se relacionan con investigaciones realizadas anteriormente como es el caso de Vidal Vidal, José, (2012), quien en su investigación sobre fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas concluye que a pesar de que numerosos estudios han constatado que la iniciativa emprendedora puede cultivarse desde las primeras etapas de la vida escolar y que existe una estrecha relación entre una adecuada oferta educativa en emprendimiento y una mayor actividad empresarial, la realidad es que la oferta educativa para estimular la capacidad emprendedora en el alumnado, tanto en educación primaria como en secundaria y el bachillerato, sigue siendo escasa en nuestro país. Por tanto, el itinerario de la educación emprendedora debería

iniciarse en educación infantil y primaria, continuar en educación secundaria y el bachillerato, y finalizar en la universidad. El objetivo es desarrollar en los estudiantes desde las edades más tempranas habilidades para la participación social, el aprendizaje, el pensamiento, el trabajo y la resolución de problemas y la participación activa, para que cuando estén en edad de trabajar, tomen el control de su propia vida y se atrevan a buscar y encontrar por sí mismos formas diversas para lograr su bienestar. Por lo tanto, se puede establecer como objetivo principal de la educación en emprendimiento que las personas desarrollen actitudes positivas hacia la iniciativa emprendedora. Además, en una sociedad del conocimiento y dado el contexto de economía globalizada en que nos hallamos inmersos, la actitud que mantengamos respecto a la educación en emprendimiento tendrá un gran impacto en el crecimiento económico de España. La creación de nuevas empresas, el desarrollo de nuevas ideas y la innovación son esenciales para la economía. Así mismo, es urgente dedicar un mayor esfuerzo a motivar, formar y premiar a los profesores y a los centros educativos, ya que de la voluntad del claustro depende la inclusión de este tipo de contenidos en el proyecto educativo del centro. Estas conclusiones es necesario enfatizar que precisamente en la Escuela Profesional de Administración y Negocios internacionales se inculca, se motiva y se direcciona con conocimientos actualizados para que los egresados tengan una actitud emprendedora.

Vargas Gálvez, Pablo Martín, (2012), en su investigación sobre la motivación de logro en emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga-Ayacucho concluye que: El diseño y programación de cursos, talleres, congresos y actividades sociales que puedan ser ejecutados por una institución dedicada a fomentar procesos de educación no formal y contribuyan además a la optimización de los procesos de aprendizaje del emprendedor de negocios culturales así como el desarrollo de sus competencias para la vida y el trabajo, teniendo como eje educativo central a su motivación de logro. En esta conclusión se nota que la motivación juega

un papel importante en la cultura emprendedora y ésta debe iniciarse inclusive en los primeros años de escolaridad.

Del mismo modo se tiene a expertos y tratadistas como Kantis, Ishida y Komori (2002) quienes afirman que los emprendedores de base universitaria fundan empresas con perfiles de negocio más innovadores, en sectores intensivos de tecnología utilizando como una parte clave para el inicio de sus empresas la formación de equipos de trabajo, las redes de contacto especialmente con proveedores, clientes, compañeros en la universidad y de trabajos previos. La forma de resolver problemas, el negociar, la identificación de oportunidades, el acceso a los recursos económicos lo adquieren de su propia experiencia laboral que la gran mayoría de ellos adquieren previamente.

CONCLUSIONES

- El 56% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tiene un alto emprendimiento empresarial, el 44% de las personas tienen un medio o regular emprendimiento empresarial y ninguno de ellos tiene bajo emprendimiento empresarial bajo, del mismo modo en promedio la valoración de esta variable es alto con un puntaje de 20.6 de un total de 30.
- El 96% de de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta motivación, el 4% tienen una motivación media y ninguno de llos tiene una motivación baja, del mismo modo en promedio la valoración de esta dimensión es alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30.
- El 56% de de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alta actitud, el 44% tienen una actitud media o regular y ninguno de ellos tiene una actitud baja, del mismo en promedio la valoración de esta dimensión es alto con un puntaje de 20.6 de un total de 30.
- El 96% de los egresados de la Universidad Alas Peruanas el año 2016 tienen una alto conocimiento empresartial, el 4% tienen un mediano o regular conocimiento empresarial y ninguno de llos tiene bajo conocimiento, del mismo modo en promedio la valoración de esta dimensión es alta con un puntaje de 24.6 de un total de 30.

- La motivación y el conocimiento son dos dimensiones del emprendimiento empresarial que tienen una valoración alta 24.6 (de un total de 30), es decir que los egresados tienen el conocimiento adquirido en las aulas universitarias pertinentes y adecuados para emprender sobre todo en negocios, así como están motivados para su éxito profesional.

RECOMENDACIONES

- A los docentes de la Universidad Alas Peruanas-Filial Huánuco, sugerir que consideren como un eje transversal del aprendizaje la cultura empresarial, puesto que si bien es cierto los alumnos tienen un emprendimiento empresarial alto, es necesario que se cristalice esta intencionalidad en hechos concretos.
- A los docentes de la Universidad Alas Peruanas-Filial Huánuco desarrollen más la actitud emprendedora en sus alumnos, ya que de acuerdo a los resultados es una dimensión que si bien es cierto es alta, pero está muy cerca a una valoración mediana, para ello es necesario que los alumnos sean capaces de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de nuestros sueños, luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad.
- A las autoridades de la Universidad Alas Peruanas, crear condiciones, como incentivos, espacios para que los alumnos al iniciar sus estudios tengan la oportunidad de plasmar su actitud emprendedora.
- A las autoridades locales y regionales, crear y desarrollar programas dentro de las normas legales vigentes para que los egresados puedan iniciar proyectos innovadores, ya que el sistema es muy rígido y no existe incentivos sobre todo financieros para que los jóvenes puedan

emprender negocios propios y así crear fuentes de trabajo para otras personas.

- Es necesario que el potencial que se evidencia en el emprendimiento empresarial, los estudiantes lo cristalicen en hechos, para ello es necesario capacitaciones permanentes y continuas sobre la cultura empresarial, así como el conocimiento de experiencias exitosas que se dan a lo largo y ancho del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliográficas

- Acs, Z. J., Desai, S., & Klapper, L. F. (2008). What does “entrepreneurship” data really show? *Small Business Economics*, 31(3), this issue. doi:10.1007/s11187-008-9137-7.
- Alanya Reque, Silvia Beatriz, (2012). *Habilidades Sociales y Actitud Emprendedora en Estudiantes del Quinto de Secundaria de una Institución Educativa del Distrito del Callao* (tesis de maestría inédita). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú
- Barragán Codina, J. y Pagán, J. (2002). *Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la única economía global*. México: Trillas.
- Cantillon, R. (1976): *Essai sur la Nature du Commerce en General*. Londres y París: Gyles.
- Conçalves, C., & Pocinho, M. (2010). *Cultura Organizacional como factor de sucesso: O caso de um Departamento da Administração Pública Portuguesa*. CEHA: Centro de Estudos de História do Atlântico, Anuário n.º 2, 1074|1103.
- Drucker, P. (1985): *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Heinemann. London.

- Gompers, P., Koyner A., Lerner J. y Scharfstein, D. (2006). *Skill vs. Luck in entrepreneurship and venture capital evidence from serial entrepreneurs National Bureau of Economic Research*.
- Harper, D. (2003). *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ªed.). México: McGraw Hill.
- Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity and profit*. Chicago: Chicago University Press
- Landoni, J. S. (2003). *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development. David A. Harper*. Routledge
- Meneses Gonçalves, Carlos Alberto, (2011). *Cultura organizacional y las competencias de gestión en los sistemas de coordinación educativa artística en Madeira* (tesis de maestría inédita). Universidad de Madeira. Madeira Portugal
- Pino Gotuzzo, Raúl (2010). *Metodología de la Investigación*. Lima-Perú: San Marcos.
- Rosenberg, N. (1994). *Exploring the Black Box*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Sierra Bravo, R. *Tesis Doctorales y trabajos de Investigación Científica*. Madrid—España: Thompson Editores Spain.
- Varela V, R. (2001). *Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresa*. 2da edición, Bogotá: Pearson educación de Colombia.
- Vargas Gálvez, Pablo Martín, (2012). *La Motivación de logro en emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga-Ayacucho* (tesis de licenciatura inédita). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú

- Vidal Vidal, José, (2012). *La cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas* (tesis de maestría inédita). Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, Colombia.

Páginas web

- http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/informalidad_peru.html, recuperado (09 de noviembre de 2016)
- <http://www.gestiopolis.com/por-que-fracasan-las-pymes/> (recuperado 11 de noviembre 2015)
- <http://www.famp.es/famp/publicaciones/ficheros/2004cuademprendedores3.pdf>, recuperado(09/11/2015)
- <http://www.monografias.com/trabajos6/prod/prod.shtml#ixzz3bGgAZIVn>, recuperado (09 de noviembre 2015).
- <http://www.famp.es/famp/publicaciones/ficheros/2004cuademprendedores3.pdf>, recuperado (19 de diciembre2016)
- <https://emprendemiestrategia.wordpress.com/2009/03/13/%C2%BFque-es-emprendimiento/> recuperado 09 de noviembre del 2016).
- <http://gestion.pe/empleo-management/verdad-jovenes-quieren-emprendedores-2161154>. Recuperado el 04 de octubre del 2016
- <http://gem.ufm.edu/que-es-gem/>. Recuperado el 02 de noviembre del 2016
- <http://www.madeiraledu.pt/ceha>. Recuperado el 12 de diciembre del 2015

- http://www.mba.ufm.edu.gt/journalofmanagement/content/mayo07/ESP_DAVIDHAPER.pdf. Recuperado el 10 de octubre del 2016

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS FILIAL HUÁNUCO- 2016.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Problema general: ¿Cómo es el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016?</p>	<p>Objetivo general Determinar cómo es el emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016.</p>	<p>Hipótesis general: El emprendimiento empresarial de los egresados de la universidad Alas Peruanas filial Huánuco-2016 es bajo.</p>	<p>❖ Variable de estudio:</p> <p>Emprendimiento Empresarial</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actitud - Motivación - Conocimiento empresarial 	<p>TIPO: No experimental</p> <p>NIVEL: Descriptivo</p> <p>DISEÑO: No experimental</p> <p>POBLACION Y MUESTRA: POBLACIÓN: Está conformado por 112 egresados</p> <p>MUESTRA: NO PROBABILISTICA</p> <p>25 egresados de la Universidad Alas Peruanas</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionario</p>
<p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> •¿Cuál es el nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016? •¿Cuál es el nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016? •¿Cuál es el nivel de conocimientos de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016? 	<p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar cuál es el nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016. •Determinar cuál es el nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016. •Determinar el nivel de conocimientos de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016. 	<p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> -El nivel de motivación en el emprendimiento empresarial de los egresados de la de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016, es bajo. -El nivel de actitud de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016, es bajo. -El nivel de conocimientos de emprendimiento empresarial de los egresados de la Universidad Alas Peruanas filial Huanuco-2016, es bajo. 		

ANEXO 2: INSTRUMENTO

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS FILIAL HUÁNUCO-2016

Estimado egresado de la Universidad Alas Peruanas mucho agradeceré contestar las siguientes preguntas con la mayor veracidad y objetividad posible el presente cuestionario la respuesta que considere conveniente. De antemano le agradeceré su colaboración. Este cuestionario es completamente anónimo

- 1) Crees que se puede aprender de los fracasos
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 2) Es tu motivación lo suficientemente fuerte
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 3) Crees que el apoyo y la motivación del gobierno, universidad, familia u otros es determinante para emprender
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 4) El enfoque de tu emprendimiento te debe gustar y apasionar
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 5) El no tener empleo estimularía tu emprendimiento
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 6) Las carencias te motivan y estimula para generar ideas y salir de tu zona de confort
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 7) Te consideras un emprendedor
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 8) El temor al fracaso es un motivo por el cual no emprendes
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca

- 9) Se perdería de algo el mundo si no inicias tu negocio
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 10) La actitud positiva te ayudaría a emprender
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 11) Crees que nuestra zona de confort es una barrera para el emprendimiento empresarial
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 12) Tener una idea de negocio te hace un emprendedor
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 13) Ejecutar una idea te hace emprendedor
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 14) Consideras que tienes el suficiente conocimiento empresarial para emprender un negocio
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 15) El difícil acceso a adquirir un préstamo hace o hizo que no puedas emprender un negocio
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
- 16) Fue empleado o tuvo la intención de serlo
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca