

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS:

**LA MOTIVACION Y EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE
LOS ÚLTIMOS CICLOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CAÑETE, 2021**

Presentado por:

Bach. Mendoza Cabello, Lisbhet Paula

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Asesor:

Dr. Segundo Waldemar Ríos Ríos

Tipo de investigación:

Básica

Línea de Investigación:

Promoción Empresarial y del Talento Humano

Cañete, noviembre del 2022

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, por su incondicional apoyo en mi formación profesional.

A mis amigos, por compartir intereses y actividades durante nuestra vida universitaria.

A los doctores Waldemar Ríos, Fernando Ochoa y al Mg. Hugo Morán, por sus gratas enseñanzas y asesorías en el desarrollo de mi trabajo de tesis.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por brindarme un día más de vida.

A mis padres y hermanos, por su permanente motivación para cumplir mis metas, por su amoroso apoyo en las dificultades presentadas y por compartir mi felicidad en la obtención de mis logros.

A los docentes, quienes contribuyeron con sus pertinentes enseñanzas en mi formación profesional.

A mis amigos, por su apoyo incondicional en todo momento.

PRESENTACIÓN

La presente tesis es el producto del estudio acerca de la relación entre motivación y emprendimiento, siendo estos dos aspectos fundamentales y que son necesarios abordar en la formación y desempeño de todo futuro administrador o gestor de empresas. Como se sabe, el emprendimiento es una variable importante a considerar para la fundación de nuevas empresas, por lo que en el proceso de formación de los estudiantes de la carrera de Administración es importante generar conocimientos y actitudes que conlleven a obtener iniciativas empresariales, como es el desarrollo de la actitud motivacional.

En esta tesis se exponen los resultados de la investigación realizada en la Universidad Nacional de Cañete, con sede en el distrito de San Vicente, provincia de Cañete del departamento de Lima, cuyo propósito, justamente, fue determinar de qué manera la motivación se asocia con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete.

La tesis está estructurada en cinco capítulos: el primer capítulo aborda el planteamiento de la realidad problemática, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, las hipótesis y la justificación de la investigación; el segundo, comprende el marco teórico que incluye los antecedentes de la investigación y las bases teóricas sobre las variables: motivación y emprendimiento; el tercer capítulo corresponde al desarrollo del marco metodológico, dentro del cual se consideran las variables, sus dimensiones e indicadores, así como las técnicas para la recolección de datos; el capítulo cuarto, expone los resultados obtenidos a través del análisis descriptivo y el análisis inferencial de contrastación de las hipótesis, así como la correspondiente discusión de resultados; el quinto

capítulo presenta las conclusiones y recomendaciones; finalmente, las referencias bibliográficas y los anexos , los cuales detallan las evidencias de la investigación realizada.

Se espera que la experiencia científica obtenida sobre esta temática, considerada relevante para el campo empresarial, sirva como referente para la realización de estudios similares en otros contextos de la Región Lima.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
PRESENTACIÓN.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRAC	X
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES.....	11
1.1 Realidad problemática.....	11
1.2 Formulación del problema	12
1.3 Objetivos	13
1.4 Hipótesis.....	13
1.5 Justificación.....	14
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	15
2.1 Antecedentes de la investigación	15
2.1.1 Antecedentes internacionales	15
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	18
2.2 Bases teóricas	23
2.2.1 La motivación	23
2.2.2 El emprendimiento	26
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	28
3.1 Variables, dimensiones e indicadores de la investigación	28
3.1.1 La variable X: motivación. Sus dimensiones	28
3.1.2 La variable Y: emprendimiento. Sus dimensiones	30
3.2 Metodología de la investigación	33
3.2.1 Tipo de investigación.....	33
3.2.2 Población	35
3.2.3 Muestra	36
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
3.4 Procesamiento de datos	40
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	41
4.1. Análisis descriptivo.....	41
4.2 Análisis Inferencial	43
4.2.1 Prueba de normalidad	43

4.2.2. Contratación de hipótesis	44
4.3 Discusión de resultados	50
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
5.1 Conclusiones	55
5.2 Recomendaciones.....	57
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS:	63
Anexo 1. Matriz de consistencia	64
Anexo 2. Matriz de operacionalización de las variables	65
Anexo 3. Matriz de recolección de datos	67
Anexo 4. Instrumento validado por expertos	70
Anexo 5. Validación y confiabilidad de instrumento.....	91
Anexo 6. Aplicación de encuesta virtual.....	95
Anexo 7. Verificación de respuestas del cuestionario.....	97
Anexo 8. Base de datos de las encuestas aplicadas.....	99
Anexo 9. Grado de correlación según coeficiente de correlación.....	100
Anexo 10. Procesamiento de datos spss versión 25	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Población determinada por estratos	36
Tabla 2.	Muestra determinada por estratos	37
Tabla 3.	Distribución de frecuencias de la variable motivación y sus dimensiones.....	41
Tabla 4.	Distribución de frecuencias de la variable emprendimiento y sus dimensiones ...	42
Tabla 5.	Prueba de normalidad	43
Tabla 6.	Correlación de las variables motivación y emprendimiento	45
Tabla 7.	Correlación de las variables motivación e innovación	46
Tabla 8.	Correlación de las variables motivación y manejo de riesgos	48
Tabla 9.	Correlación de las variables motivación y proactividad.....	49
Tabla 10.	Análisis de confiabilidad de la variable independiente: motivación	91
Tabla 11.	Análisis de confiabilidad de la variable dependiente: emprendimiento	93

RESUMEN

La presente investigación que se expone en esta tesis fue realizada con el objetivo de determinar de qué manera la motivación se asocia con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. El tipo de investigación con enfoque cuantitativo - deductivo, corresponde al nivel correlacional - descriptivo y de diseño no experimental – transversal. Se estudió la relación existente entre las variables motivación y emprendimiento, a través de sus respectivas dimensiones: la necesidad de logro, la necesidad de afiliación y la necesidad de poder para la variable de motivación y, la innovación, el manejo de riesgos y la proactividad para la variable emprendimiento. La población estuvo conformada por 178 estudiantes de los últimos ciclos de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cañete. La muestra seleccionada fue de 73 estudiantes, a quienes se les aplicó una encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario. Los datos obtenidos fueron procesados y analizados, mediante los programas Excel y el estadístico SPSS versión 25. Para determinar la correlación entre las variables se utilizó la prueba paramétrica Pearson, obteniendo como resultado: con un P-Valor= 0.00, es decir un $P < 0.05$, que demuestra que la motivación se asocia con el emprendimiento de los alumnos de los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de Cañete de manera.

Palabras clave: motivación, emprendimiento, negocio, emprendedor

ABSTRAC

Motivation is fundamental in the entrepreneurship of the students of the National University of Cañete. Motivation is the drive a person feels to achieve their goals. The contribution that this study will provide will be to encourage students to undertake, in turn, new jobs will be generated, a source of income, and greater economic development in the province of Cañete. This research work was carried out at the National University of Cañete, which is located in the district of San Vicente, belonging to the province of Cañete - department of Lima. The objective was to determine how motivation is associated with entrepreneurship in students of the last cycles of Administration of the National University of Cañete, 2021. The type of research used was basic, with a quantitative - deductive approach, correlational - descriptive level and Non-experimental design - cross-sectional. The variables used were motivation and entrepreneurship, the dimensions of the research were the following: the need for achievement, the need for affiliation, the need for power, innovation, risk management and proactivity. The population consisted of 178 students of the last cycles of the professional career of Administration of the National University of Cañete. The total sample was 73 students. For the data collection process, the questionnaire was used as the instrument and the survey of the study variables according to the Likert scale as the technique. Likewise, in the descriptive and inferential analysis of the data, the Microsoft Excel programs and the SPSS version 25 statistic were used.

Finally, to determine the correlation between the variables, the Pearson parametric test was used, through which the following results were obtained with a P-Value = 0.00, that is, a $P < 0.05$, which establishes that motivation is associated with entrepreneurship. of the students of the last administration cycles of the National University of Cañete.

Keywords: motivation, entrepreneurship, business, entrepreneur

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Realidad problemática

Los emprendedores son personas que modifican su forma de pensar para generar ideas innovadoras a través de la introducción de un nuevo producto y/o servicio en el mercado; es por ello que se busca incentivar el emprendimiento en los alumnos de la Universidad Nacional de Cañete.

Según el estudio de investigación realizado por Global Entrepreneurship Monitor y ESAN, que mide el índice de Actividad Emprendedora Temprana, el Perú está ubicado en el tercer lugar, a nivel mundial, con un 24.6% respecto a “emprendimientos en fase temprana”. Es decir, uno de cada cuatro ciudadanos con mayoría de edad, se encuentra implicado en poner en marcha una idea negocio o ya es dueño de un negocio, con un funcionamiento de menos de 3.5 años.

No obstante, el Perú se ubica en una posición más rezagada con respecto a los “emprendimientos establecidos”, el cual tiene un funcionamiento del negocio de más 3.5 años) y el índice de poner fin a los negocios, se posiciona con un 7.4 % en el sexto puesto.

Por ello, se considera que llegar a procesos después del desarrollo en un negocio es una ardua labor que implica ser perseverantes ante situaciones complicadas que afronte el emprendedor. Tal como lo demuestra el índice de actividad emprendedora para organizaciones consolidadas (empresas con más de 3.5 años de funcionamiento), es de un 7.4% en el Perú, estableciéndolo en la posición 25 de 54 economías a escala mundial.

Los obstáculos para lograr consolidar un emprendimiento de negocio residen en la falta de un entorno que proporcione condiciones favorables al momento del desarrollo de un negocio. Estas circunstancias se relacionan con las políticas, el acceso a un financiamiento y los programas gubernamentales que buscan promover la innovación y transferencia de investigación + desarrollo, la consultoría profesional y comercial y acceder a una infraestructura física. (Gestión, 2018).

Se considera que existen pocos emprendimientos por parte de los estudiantes al momento de egresar o mediante su formación universitaria, considerando que en su desarrollo profesional se adquieren las aptitudes y habilidades para iniciar un emprendimiento; una de las dificultades que se presenta es que hace falta la asesoría de una incubadora de negocios para que de esta manera los estudiantes tengan la seguridad en que su idea de negocios es rentable, de la misma manera el financiamiento e incentivar el emprendimiento en los alumnos de la Universidad Nacional de Cañete.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general:

¿De qué manera la motivación se asocia con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021?

1.2.2 Problemas específicos:

1. ¿De qué manera la motivación se asocia con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021?
2. ¿De qué manera la motivación se asocia con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021?
3. ¿De qué manera la motivación se asocia con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general:

Determinar de qué manera la motivación se asocia con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

1.3.2 Objetivos específicos:

1. Determinar de qué manera la motivación se asocia con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

2. Determinar de qué manera la motivación se asocia con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

3. Determinar de qué manera la motivación se asocia con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general:

H: La motivación se asocia significativamente con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

1.4.2 Hipótesis específicas:

H1. La motivación se asocia significativamente con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

H2. La motivación se asocia significativamente con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

H3: La motivación se asocia significativamente con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

1.5 Justificación

Esta investigación se originó a partir de la observación de que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Nacional De Cañete, específicamente los de la carrera de Administración, al egresar optan por trabajar en empresas públicas o privadas, dejando de lado el potencial que tienen para emprender sus propias empresas, puesto que mediante su formación universitaria han adquirido los conocimientos, y estos podrían ser aplicados en sus empresas que vayan a emprender, empleando estrategias para el buen funcionamiento de la misma.

Los conocimientos obtenidos y las recomendaciones como producto de esta investigación beneficiará a los estudiantes, ya que podrán aplicarlos en su vida universitaria o en la creación e innovación de sus empresas; también beneficiará a la población cañetana para hacer posible la generación de empleos, donde parte de la misma ha perdido sus puestos de trabajo por la pandemia. Asimismo, se considera que beneficiará a la provincia de Cañete para optar por el desarrollo de acciones de política de crecimiento económico mediante la creación de empresas por los estudiantes y consecuentemente, la aportación los impuestos al erario Nacional.

Finalmente, este estudio constituye un aporte teórico y metodológico para la Universidad Nacional de Cañete al convertirse en un instrumento de gestión y consulta para la implementación de nuestras incubadoras de empresas, proporcionando información valiosa y necesaria.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales:

Barroso, Santos & Lopez, (2020) en su artículo: “Factors that affect the experience of entrepreneurship in university students. A study in a private institution in Merida, Yucatan, México”, plantean como objetivo general identificar los factores que afectan en el emprendimiento de manera positiva o negativamente en los estudiantes universitarios desde la perspectiva de aquellos alumnos que hayan iniciado un proyecto. La metodología de investigación empleada fue de enfoque cualitativo, de diseño no experimental transversal y de alcance exploratorio y descriptivo. La muestra estuvo constituida por 20 alumnos universitarios que hayan iniciado un proyecto. El instrumento utilizado para el recojo de datos fue una guía de entrevista. La información teórico metodológica contenida en este artículo contribuye a la presente investigación en cuanto concluye que los factores que afectan de manera positiva a los alumnos para iniciar un emprendimiento son de tipo personal, como la oportunidad de ser creativos y la motivación intrínseca, y los factores que afectan de forma negativa en el emprendimiento son externos son la insuficiencia de recursos económicos para mantenerse durante la incubación del proyecto, debido a que los recursos que posea son destinados para el proyecto, al igual que al comenzar un emprendimiento hay otros elementos internos como la inexperiencia y el miedo al fracaso.

Galvez, Guauña & Ravina (2020) en su artículo: “Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública”, Colombia, manifiestan que en su investigación el objetivo general planteado fue determinar el grado de intención de los alumnos universitarios en crear empresas y cuál fue su efecto en la percepción sobre aspectos que les impulsa a emprender o las dificultades que están implicadas en ello. Dicha investigación fue descriptiva, de corte transversal y explicativa, porque buscó examinar e indagar los elementos que afectan de manera positiva y negativa en la intención de emprender de los alumnos; para ello seleccionaron una muestra de 246 alumnos de las carreras profesionales de administración de empresas y contaduría pública de la Sede Norte del Cauca de la Universidad del Valle, en Colombia. Este artículo aporta a la investigación planteada, en cuanto concluyen que generar ingresos económicos es el principal factor que motiva la creación de empresas, y que otros aspectos que impulsan el emprendimiento en los alumnos universitarios son las recompensas personales y la seguridad familiar.

Boza, Mendoza & Intriago (2020) en su artículo: “La educación en emprendimiento de los estudiantes de las carreras empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo”-México, dan cuenta de que la investigación realizada tuvo como objetivo conocer si la universidad promueve el emprendimiento a lo largo de la formación universitaria en los alumnos. Utilizaron el método científico para indagar las situaciones en base a las necesidades que ofrece la universidad para fortalecer el emprendimiento. La metodología específica empleada para la recolección de los datos fue la exploración y la búsqueda bibliográfica. La muestra consistió en 312 alumnos de la Facultad de Ciencias Empresariales. Dicho estudio refuerza lo afirmado en la presente tesis, en cuanto resaltan la importancia de los docentes en la formación universitaria del estudiante mostrando que no solo se deben enfocar en la

acción formativa de impartir los conocimientos, sino que también contribuyan al desarrollo de valores, habilidades, actitudes y sobre todo que motiven a los estudiantes a concretar sus metas.

Vélez, Bustamante, Loor & Afcha, (2020) en su artículo: “La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios”-Ecuador, refieren que el objetivo de su estudio de tipo descriptivo, diseño transversal, no experimental fue analizar el rol que tiene la educación en la formación de las intenciones emprendedoras en los alumnos universitarios. La encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento fueron utilizados para la recopilación de los datos. La muestra estuvo conformada por 542 estudiantes de las facultades de economía y administración de empresas. El estudio aporta a la investigación planteada en la presente tesis, en cuanto a que en las conclusiones afirman que la educación emprendedora permite afirmar que la participación en cursos de formación emprendedora contribuye de manera positiva en el desarrollo de habilidades y competencias de los estudiantes.

Mejía, Proaño & Murillo (2020) en su artículo: “Características del perfil emprendedor de las madres solteras del noroeste de la ciudad de Guayaquil”-Ecuador, refieren que el estudio realizado tuvo como objetivo establecer el perfil emprendedor de las madres solteras, con el fin de formular sugerencias para fortalecer el emprendimiento femenino. Esta investigación de nivel descriptivo, enfoque cuantitativo, de diseño de campo, de corte transversal fue desarrollada en una muestra de 341 madres solteras emprendedoras del noreste de la ciudad de Guayaquil desde los 16 años hasta los 65 años. Este artículo aporta a la tesis en su conclusión que dice que en el nivel del perfil alto con un 56,78%, la motivación es la principal categoría

de incidencia, seguido de la autoconfianza, el asumir los riesgos y la capacidad que poseen para resolver los problemas.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Álvarez & Cáceres (2017) en su tesis de licenciatura: “Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú, Arequipa, 2017”, determinaron como objetivo de la investigación analizar las razones que motivaron a las socias de la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú-Arequipa para comenzar un emprendimiento y definir cuál fue la razón predominante. Esta investigación descriptiva, de enfoque cuantitativo, no experimental utilizó para la recopilación de los datos la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. La muestra estuvo conformada por 24 socias activas de la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú de la ciudad de Arequipa. El aporte de dicha tesis a esta investigación se expresa en la conclusión a la cual arribaron: que las motivaciones intrínsecas fueron, en su mayoría, las razones por las cuales iniciaron su emprendimiento, seguido de los motivos trascendentes y, los aspectos de la motivación externa fueron aspectos que poco consideraron al momento de comenzar su emprendimiento.

Vásquez (2018) en su tesis de licenciatura: “Factores que determinan el emprendimiento femenino caso: Distrito de Chao, al 2018”, plantea como objetivo conocer las razones que impulsan el emprendimiento femenino. Dicha investigación fue de corte transversal y de diseño no experimental. Para la recopilación de datos empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. La muestra fue seleccionada mediante el muestreo probabilístico para poblaciones finitas, consistente en 366 mujeres de 18 a 50 años en adelante, con negocio en funcionamiento en el Distrito de Chao, de diferentes rubros: bodegas, boticas, tiendas de ropa, entre otros.

Esta tesis contribuye a la investigación planteada, ya que en su conclusión establece que las razones que impulsan el emprendimiento en las mujeres en la dimensión educación, influye al momento de iniciar un negocio y más aún si tiene un grado de formación aceptable. Asimismo, indica que las mujeres de 18 a 30 años, terminaron sus estudios con diferentes dificultades, y las de 50 a más no tuvieron obstáculos para culminar sus estudios, no obstante, ellas son las que emprenden su negocio.

Ccama (2016) en su tesis de licenciatura: “Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano-2016”, señala que el objetivo de su investigación fue indagar el emprendimiento y la intención emprendedora en los alumnos universitarios de la Escuela Profesional de Administración. La metodología que empleó fue descriptiva, de diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. Para determinar la muestra utilizó el muestreo probabilístico cuyo resultado fue de 153 estudiantes matriculados del 6° al 10° décimo ciclo del semestre 2016 – II. Este estudio contribuye a la tesis planteada, en cuanto arriba a la conclusión de que la Escuela Profesional de Administración lidera la participación en los diferentes concursos tales como su participación en el tercer concurso de prototipos, invenciones e ideas; además, nos muestra que 3 de cada 4 equipos que se presentaron para las incubadoras de negocio eran estudiantes de la Escuela Profesional de Administración, llegando a inferir, por consiguiente, que los alumnos tienen nociones básicas acerca de proyectos de negocios innovadores.

Quispe (2020) en su tesis doctoral: “La motivación y capacidad emprendedora en los estudiantes de administración de la Uladech, 2019”, manifiesta que el objetivo fue establecer de qué manera se relaciona la motivación con las capacidades de emprendimiento de los alumnos de administración. La metodología empleada

correspondió al enfoque cuantitativo, transversal, diseño no experimental, descriptivo y correlacional. Para la recopilación de datos utilizó el cuestionario, aplicado a 255 alumnos del semestre 2019-II; El trabajo realizado fue con 13 alumnos en 2 sesiones de focos group y observó a 10 equipos de alumnos por cada ciclo. Esta tesis aporta a la investigación planteada, en cuanto concluye que el total de estudiantes de administración de Uladech tienen un nivel medio de motivación emprendedora, y con relación a la motivación personal, esta es lo que incentiva a los estudiantes a emprender con un 98.82%.

Peralta (2018) en su tesis de maestría: “La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de las estudiantes del primer año de secundaria, Institución Educativa “Presentación de María, Comas 2017”, señala como objetivo general establecer la influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de los alumnos del primer grado de secundaria. En dicha investigación aplicada, de enfoque cuantitativo, de diseño cuasi experimental y de nivel explicativo, y utilizando el método hipotético deductivo, estudió a una población de 60 estudiantes y a una muestra por conveniencia de 30 estudiantes, arribando a la conclusión de que la motivación influye en las capacidades emprendedoras de los alumnos del primer grado de secundaria, constituyéndose este estudio en un aporte de gran relevancia para esta tesis.

Sandoval (2018) en su tesis de licenciatura: “Emprendimiento y formación empresarial de los trabajadores de la empresa A.W.S. constructores S.A.C. en el distrito de Villa El Salvador”, señala como objetivo de su investigación establecer la relación que existe entre el emprendimiento y la formación empresarial de los colaboradores de la empresa A.W.S. constructores S.A.C, La metodología empleada correspondió a una investigación no experimental, de nivel correlacional –

descriptivo, de corte transversal. Su población y muestra estuvo constituida por 40 colaboradores de la organización de A.W.S. Constructores S.A.C. del distrito Villa El Salvador. Para determinar la muestra empleó el muestreo probabilístico de tipo censal, ya que cualquier trabajador tuvo la posibilidad de formar parte de la muestra. Esta tesis contribuye a la investigación planteada, en cuanto, mediante la prueba de hipótesis, de la cual obtuvo un R de Pearson 0,902, con un p valor de 0.000, concluye que existe una correlación muy fuerte entre emprendimiento y la formación empresarial de los colaboradores de la organización A.W.S. constructores S.A.C.

Vega (2018) en su tesis de maestría: “La gestión de procesos y el emprendimiento en estudiantes del VII ciclo de educación secundaria – Cañete 2017”, determina como objetivo establecer la relación que existe entre la gestión de proceso y el emprendimiento. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo básico, diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. Para la compilación de datos utilizó el cuestionario como instrumento. La muestra fue de 101 alumnos de la Institución Educativa Pública “Dionisio Manco Campos” de Mala. Esta tesis aporta a la investigación planteada, en cuanto concluye que la gestión de procesos se relaciona de manera positiva con el emprendimiento en los alumnos.

Albino (2018) en su tesis de maestría: “Motivación y competencias profesionales en los alumnos egresantes del Instituto Educación Superior Tecnológico Público - Cañete”, considera como objetivo general, establecer el grado de relación existente entre el nivel de motivación y las competencias profesionales de los alumnos egresantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Cañete”. La investigación fue de tipo no experimental, correlacional, de corte transversal y de diseño descriptivo. La población y muestra estudiada estuvo conformada por 160 estudiantes del último año de estudios de las carreras profesionales de Informática,

Agropecuaria, Contabilidad y Administración del Instituto Tecnológico “Cañete”. La muestra extraída fue por muestreo no probabilístico, es decir, utilizó un muestreo por conveniencia. La técnica empleada para la recopilación de los datos sobre las variables de estudio fue la encuesta y la observación, y como herramienta el cuestionario. Esta tesis aporta a la investigación planteada, en cuanto sostiene que el nivel de motivación se relaciona significativamente en las competencias profesionales de los alumnos egresantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Cañete”, con un nivel de correlación positiva alta de 0,85.

Payano (2017) en su tesis de licenciatura: “La motivación de recursos humanos y la calidad de servicios en el hotel Lunahuaná River Resort de la localidad de Lunahuaná, año 2017”, señala como objetivo determinar en qué medida la motivación de recursos humanos influye en la calidad de servicios en el hotel Lunahuaná River Resort, perteneciente al distrito de Lunahuaná. La metodología de la investigación corresponde al enfoque cuantitativo y cualitativo, de tipo no experimental, transeccional-correlacional; el estadístico que utilizó para comprobar la hipótesis fue la prueba de Chi cuadrado y la correlación de Pearson. La población y muestra estuvo constituida por todos los colaboradores del Hotel Lunahuaná River Resort, ascendente a un total de 13 personas; el instrumento para la obtención de los datos fue el cuestionario, el cual estuvo compuesto por 36 preguntas. Esta investigación contribuye a la tesis planteada, en cuanto concluye que existe una correlación de grado positivo del 80.8% ($r=0.808$), entre la motivación de recursos humanos y la calidad de servicios.

Carbajal (2017) en su tesis: “Personalidad proactiva y capacidad emprendedora en los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia, 2017”, refiere como objetivo

determinar la relación existente entre la variable capacidad emprendedora y la personalidad proactiva en colaboradores de una organización del sector de telecomunicaciones. El tipo de investigación asumido fue el no experimental, transversal, de diseño correlacional. La muestra estuvo conformada por 300 trabajadores (117 del sexo masculino y 183 del sexo femenino) de un Call Center de Lima Norte. Esta investigación aporta a la tesis planteada, ya que en su conclusión determinó que existe una correlación directa, entre la personalidad proactiva y la capacidad emprendedora, debido a que obtuvo un p-valor= 0.006, el cual es menor a 0.05; por lo tanto, al aumentar el nivel de personalidad proactiva, mayor es el nivel de capacidad emprendedora.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 La motivación

(McClelland, 1961) en su libro titulado “*the Achieving Society*” (La Sociedad Realizadora) menciona acerca de las tres motivaciones compartidas por las personas, y son las siguientes:

1. Necesidad de afiliación

Se refiere a que las personas con un alto estímulo de afiliación tienen mayores deseos de formar parte de grupos sociales. Asimismo, buscan caer bien a las demás, por lo que toman en cuenta las preferencias y opiniones de su entorno. A su vez, prefieren el trabajo en equipo en vez de competir y les incomodan las circunstancias que involucren la falta de certidumbre y riesgos. Considera que estas personas tienden a realizar un mejor desempeño como colaboradores en una empresa que como líderes de un grupo de personas, debido a su mayor dificultad de priorizar objetivos organizacionales o dar órdenes.

2. Necesidad de logro

Aquellas personas que tienen una alta necesidad de logro sienten una motivación intensa de alcanzar sus metas; estas tienen un elevado nivel de desafío y no temen afrontar los riesgos para lograr conseguir sus objetivos. Por lo general, optan por trabajar de manera independiente que en grupo y les gusta recibir Feedback de las actividades que realizan.

El autor McClelland afirma que la necesidad de logro está influenciada por las destrezas de cada persona para proponerse objetivos, a su vez, por la presencia de un grado de control que sienten que tienen las personas sobre lo que ocurre en sus vidas y por el fomento de independencia dada por los padres durante la niñez.

3. Necesidad de poder

Son las personas en las que prevalece el estímulo de poder, prefieren competir con otras personas con tal de ganar, por supuesto. Estas personas tienen una mayor necesidad de poder, aprecian mucho el reconocimiento hacia su persona y buscan tener el control e influenciar en su comportamiento de otras personas.

McClelland clasifica la necesidad de poder en dos categorías: el poder personal y el poder socializado. Las personas que tienen un alto estímulo de poder personal desean obtenerlo para su propio beneficio y las personas que se acercan más al poder socializado tienden a preocuparse por las demás personas.

Chóliz (2004), por su parte, determina que la motivación se clasifica en 3 tipos:

1. La motivación de logro, cuya finalidad es buscar el éxito en las actividades que involucran la valoración del desempeño para lograr un “estándar de excelencia”.

2. La motivación de afiliación se define como “el interés por determinar, conservar o restituir una relación afectiva positiva con una o varias personas”.

3. La motivación de poder, se entiende como la relación entre dos personas en la cual una de ellas tiene el control sobre la conducta de la otra persona. Las personas en este caso pueden ser excelentes líderes ya que su comportamiento debe ser orientado a la tarea, dejando de lado el beneficio propio. (Pág.48).

Tamayo Torres y otros (2017) consideran que entre las motivaciones que tiene el emprendedor para iniciar un proyecto empresarial destacan los siguientes: la generación de su propio empleo, asegurar a sus descendientes con un futuro próspero, la manera de mejorar sus ingresos, establecer su proyecto en un lugar estratégico de interés. La motivación por desarrollar un proyecto empresarial, desde su inicio, involucra una reflexión que conlleva al éxito del proyecto: lograr la realización personal mediante el desarrollo empresarial, como una opción para laborar con los amigos, familiares y compañeros, por descendencia familiar. Estos aspectos se deben tener en cuenta si el emprendedor posee las características necesarias.

Arrabal (2018) detalla que la motivación es la voluntad que orienta la actitud hacia las tareas con un objetivo o meta, con el fin de adaptarse para subsistir. Existen 2 categorías que son las siguientes:

a. Los motivos primarios (motivos innatos o biológicos): se refieren a las motivaciones intrínsecas de los seres vivos que las tenemos desde que nacemos y son de carácter fisiológico.

b. Los motivos secundarios (motivos sociales): obtenidos y adquiridos por medio de la socialización durante el desarrollo de cada ser humano. (pág. 7-8).

2.2.2 El emprendimiento

Morris, (1998) manifiesta acerca del emprendimiento que también tiene elementos de comportamiento y actitud. El comportamiento comprende un conjunto de actividades requeridas para promover una idea de negocio a una fase clave poner en marcha dicha idea de negocio.

Resalta, asimismo, lo que es la actitud, referida a la voluntad que tiene una organización o persona, para aprovechar las nuevas oportunidades y hacerse cargo de responsabilidades para lograr un cambio creativo y efectivo. Asimismo, indica acerca de las tres dimensiones importantes de comportamientos y actitudes en los emprendedores, los cuales son: el manejo de riesgos, la innovación y la proactividad. (pág.18).

Formichella, (2004) define al emprendimiento como la realización de un proyecto que tiene como objetivo un fin económico, social y/o político; entre otros, tiene ciertas particularidades, como la innovación y la incertidumbre. Innovar es inyectar un cambio, esto se puede dar en la gestión pública, en la estructura social, en la estructura de una empresa o en la fabricación de un producto.

Sanabria (2010) define el emprendimiento como la manera que se afronta diferentes circunstancias y el modo que se toman decisiones. Contiene factores sociales, personales y actitudinales. Algunos de estos factores son la capacidad de aprendizaje, los conocimientos que tiene la persona y la persistente búsqueda de beneficio ya sea económico, ecológico, cultural, social o de otra naturaleza. Del mismo modo, manifiesta acerca del perfil del emprendedor como la habilidad innovadora y creadora: tiene la capacidad de producir propuestas innovadoras y que modifican la estructura, la manera o el proceso de hacer las cosas, la capacidad de

administración de recursos: es consciente de la carencia de recursos y por eso administra de tal manera que llegan a durar todo el proceso. (pág. 10).

Los emprendedores son aquellas personas que tienen interés en los negocios y/o se interesan en los negocios y actividades de tipo empresarial; deben ser innovadores y buscar continuamente nuevas maneras de realizar las actividades que conlleven al logro de las metas planteadas. (Choris, 2004: 46).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Variables, dimensiones e indicadores de la investigación

3.1.1. La variable X: Motivación. Sus dimensiones e indicadores

Naranjo (2009) define la motivación como aquello que incentiva a una persona a llevar a cabo una tarea o actividad. Afirma, asimismo, que la motivación es el proceso en el cual las personas se trazan una meta, usa los recursos necesarios y conserva una adecuada conducta, con el fin de alcanzar sus objetivos. (Pág.3).

Dimensiones:

X1: Necesidad de logro

Barraca (2005) manifiesta que la necesidad de logro es una tendencia para hacer frente a las dificultades, así como resolver actividades difíciles y ejercer el poder. También es definida como la capacidad para generar un buen rendimiento en relación a criterios de excelencia. Una persona con alta motivación de logro desea tener éxito en tareas que suponen un reto.

X2: Necesidad de afiliación

Barraca (2005) define que la necesidad de afiliación está asociada con necesidades complementarias de apoyo, aprobación, información y amistad. No es semejante a características como la simpatía, extroversión o la sociabilidad. Tener un alto estímulo de afiliación puede ser menos sociable que aquellos que tienen un estímulo de afiliación baja.

X3: Necesidad de poder

Barraca (2005) lo define como un deseo de tener influencia, impacto y control ya sea de una persona, un grupo o el mundo. En efecto, permite comenzar y establecer el dominio, el control ayuda a mantenerlo y la influencia permite prolongarse o recuperarlo en caso de cuestionamiento o pérdida.

Indicadores

Los indicadores empleados en la investigación son: la necesidad de lograr objetivos, la necesidad de ser independiente, busca expertos en que apoyarse, prioridades para lograr sus metas, red de contactos y relaciones, crean un buen clima laboral, relaciones interpersonales, la capacidad de liderazgo, necesidad de apoyar a los demás y asumir una responsabilidad.

Newstrom (2007) menciona que el liderazgo se define como el proceso que se basa en apoyar e influir a las demás personas para que lo sigan como un líder y tengan la predisposición de realizar todo aquello que sea esencial. (Pág.196).

Hodgetts & Altman (1985) definen que el clima laboral es un conjunto de cualidades del área de trabajo, percibida por los colaboradores que trabajan en ese lugar y sirve como fuerza indispensable para incidir en la conducta de los colaboradores en el trabajo. (Pág.376).

3.1.2. Variable Y: Emprendimiento. Sus dimensiones e indicadores

El emprendimiento es el proceso de iniciar y llevar a término un proyecto de negocio por cuenta propia.

Parra, Rubio & López (2017) señalan que el emprendedor es aquel individuo capaz de imaginar una empresa a futuro dentro de una estructura de tendencias y macro fuerzas, la

toma de decisiones respectivas para cambiar la situación actual hacia un futuro, sin delimitarse por los recursos que se tiene a disposición. (Pág. 14).

Dimensiones

Y1: Innovación

Gonzáles (2006) define la innovación como la manera de originar, asimilar y aprovechar con éxito una idea, ya sea en el aspecto económico o en el aspecto social, de manera que ayude a solucionar los problemas y permita satisfacer las necesidades de la sociedad. (Pág.21).

La innovación se entiende, entonces, como el proceso en el cual inicia con una idea, reconocimiento de una necesidad o invención para llevar a cabo el desarrollo o mejoramiento de un producto o servicio hasta que sea aceptado para ser comercializado. (Castell & Pasola, 1997).

Y2: Manejo de riesgos

Morris (1998) manifiesta que la aceptación de riesgos es asumir la responsabilidad de comprometer recursos, considerando que la oportunidad presentada tiene una gran probabilidad de fracasar; los riesgos son calculados y moderados.

Y3: Proactividad

Morris (1998) define la proactividad como la implementación de una idea de negocio, con realizar lo necesario para impulsar que el emprendedor lleve a cabo dicha idea, la cual implica perseverancia, adaptación y asumir la responsabilidad ante un posible fracaso.

Bateman & Crant, (1993) sostienen que la proactividad significa que una persona tiene la capacidad de modificar las cosas, proponer nuevas ideas. A su vez, permite la generación de cambios constructivos y ser promotores de nuevas iniciativas. (Págs. 103-118).

Indicadores

Los indicadores utilizados para la presente investigación son los siguientes: la capacidad de creatividad, idea de negocios, el aprendizaje continuo, generación de competitividad, toma de decisiones, capacidad para enfrentar los problemas, capacidad de perseverar, capacidad de iniciativa, trabajo en equipo y participación empresarial.

Mitjás (1995) manifiesta que la creatividad es el proceso de creación o elaboración de un producto o servicio nuevo que cumple con los requerimientos de una determinada condición social, proceso que es de carácter psicológico, es decir, tiene en cuenta la personalidad, la conducta y el carácter moral de las personas.

Kast (1979) indica que la toma de decisiones es primordial en una organización y para regular la conducta en los colaboradores. La toma de decisión administra los medios para la supervisión y permite la congruencia en los sistemas de una organización. (Pág.383).

Frese & Fay (2001) definen a la iniciativa como un síndrome conductual que se caracteriza por tres aspectos. Se trata de conductas auto iniciadas; persistente, capaz de anteponerse a los posibles problemas que se manifiesten; proactiva, se adelantan a la situación o problemática. (Págs.133-187).

Duckworth, Peterson, Matthews & Kelly (2007) refieren que la perseverancia es la pasión y persistencia por lograr los objetivos planteados a largo plazo. Lo que significa trabajar arduamente para afrontar los desafíos, sostener el esfuerzo y el interés por años pese a la adversidad, el fracaso y período de estancamiento durante el proceso del logro de los objetivos. (Págs.1087-1088).

Martin (2017) manifiesta que al aprendizaje continuo consiste en otorgar a las personas la oportunidad de desarrollar su talento y habilidades que son empleados en su espacio de labores.

Porter (1985) define la competitividad como la destreza que tiene una organización para elaborar y vender productos con mejores cualidades con respecto a calidad, precio y oportunidad que sus competidores

Valverde (2009) manifiesta que la idea de negocio es una definición precisa y corta de lo que será tu emprendimiento; por lo tanto, es imprescindible precisar de manera clara y concisa tu idea de negocio. (Pág.13).

3.2 Metodología de la investigación

3.2.1 Tipo de investigación

Básica. De manera general, el presente estudio realizado pertenece al tipo de investigación básica, porque permitió ampliar los conocimientos para comprender la relación entre dos variables fundamentales en de la gestión empresarial: motivación y emprendimiento y establecer una base teórica científica para el desarrollo del mismo. Al respecto, Arias & Covinos (2021) argumentan que la investigación básica o pura sirve de base teórica para otros tipos de investigación ya sea de alcance exploratorio, descriptivo o correlacional. Para Baena (2014) es el estudio de una problemática, orientado de manera exclusiva a la búsqueda de conocimiento. Este tipo de investigación tiene la finalidad de modificar los principios teóricos ya existentes, incrementando los saberes científicos o exponer nuevos conocimientos. (Pág. 11).

Cuantitativo. Según Bernal (2010) el método cuantitativo, es el que establece que es la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual se proviene de un marco conceptual perteneciente al problema analizado, con una serie de fundamentos que expresen alguna relación entre las variables estudiadas. Este tipo de enfoque generaliza los resultados.

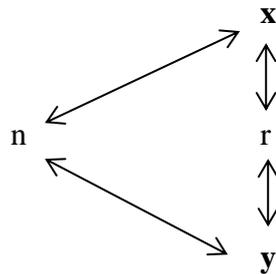
Método deductivo. Se ha considerado pertinente utilizar este método entendido como como un procedimiento que va desde el razonamiento general y lógico hasta establecer ideas concretas. De acuerdo con Bernal (2010), consiste “En tomar conclusiones de forma general para así conseguir conclusiones de manera particular. Este método empieza con la indagación de los teoremas, leyes, principios, postulados, de aplicación universal y de validez comprobada, para emplearlo en sucesos o soluciones particulares”. (Pág. 59).

Diseño de investigación: No experimental. Según Bernal, (2010) el diseño no experimental es un tipo de investigación que se realiza sin manipular las variables. Son estudios donde no se varía de forma intencionada las variables independientes para ver su resultado sobre otras variables. Lo que se realiza en este tipo de estudio es observar los fenómenos tal como se dan para que después sean analizados. Por su parte, Arias & Covinos (2021), mencionan “En la investigación no experimental, las variables de estudio no están sometidas a condiciones experimentales, la muestra del estudio es evaluada en su contexto natural sin alterar ninguna situación y no se manipulan las variables de estudio”.

Transversal. Sampieri, Fernández & Baptista (2014) lo definen como la recopilación de datos en un solo período, en un tiempo único. Su finalidad es detallar las variables e indagar su efecto o correlación en un determinado momento. Abarcan distintos grupos o subgrupos de personas, indicadores u objetos, tal como diferentes pueblos, eventos o circunstancias. (Pág. 154).

Correlacional. La presente investigación corresponde al nivel de investigación correlacional descriptivo, porque su objetivo primordial es determinar la relación entre ambas variables. En este caso, se determinó la asociación que existe entre la motivación y el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. De acuerdo con Bernal (2010) la investigación correlacional es el nivel de investigación que tiene como fin exponer o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Verifica relaciones entre variables o sus resultados, no se encarga en ningún momento de explicar las causas o efectos. Por ello, su principal soporte es emplear las herramientas estadísticas. (Pág. 122).

El esquema de las investigaciones de diseño correlacional, es el que se muestra a continuación.



En el esquema:

n = Muestra de la investigación

x = Motivación

y = Emprendimiento

r = Asociación entre variables

Descriptivo. Según Bernal (2010), la investigación descriptiva es aquella que reseña las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio. Es uno de los tipos de investigación más populares y utilizados por los que se inician en la actividad investigativa. Este tipo de investigación emplea básicamente como técnica la encuesta, la observación, la revisión documental y la entrevista. (Pág.122).

3.2.2. Población

La población está conformada por 178 estudiantes de los ciclos VI, VIII y X de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, matriculados el período 2021.

Los criterios de determinación de la población de estudio fueron:

- Durante su formación universitaria crean proyectos de negocio.

- Llevan cursos de proyectos donde le permiten evaluar la viabilidad de un proyecto.
- Cuentan con mayor avance de su malla curricular, respecto de la carrera profesional de administración.
- Los estudiantes de los primeros ciclos llevan cursos generales y en menor cantidad los cursos de la carrera profesional de administración.

3.2.3. Muestra

El tamaño de la muestra de la investigación fue determinado mediante el muestreo probabilístico, y para realizar el cálculo de la muestra preliminar se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot (P \cdot Q)}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot (P \cdot Q)}$$

$N = 178$
 $Z = 1.96$
 $P = 0.50$
 $Q = 0.50$
 $E = 0.05$

$$n = \frac{178 \cdot 1.96^2 \cdot (0.50 \cdot 0.50)}{178 \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot (0.50 \cdot 0.50)}$$

$n = 122$ estudiantes

Se presenta la tabla sobre la población, correspondiente al número de estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración, por estratos.

Tabla 1. Población determinada por estratos

ESTUDIANTES DE LA UNDC DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION	FRECUENCIA
VI CICLO	45
VIII CICLO	40
X CICLO	37
TOTAL	122

De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2010) , en las muestras probabilísticas toda la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionados y se obtiene definiendo las cualidades de la población y el tamaño de la muestra, mediante una selección aleatoria de las unidades de análisis.

Para ajustar la muestra de la presente investigación se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{n^0}{1 + \left(\frac{n^0}{N}\right)}$$

$$n = \frac{122}{1 + \left(\frac{122}{178}\right)} = 73$$

De acuerdo con los resultados, la muestra constituida es de 73 estudiantes de los ciclos VI, VIII y X de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cañete. Como resultado final se empleó el muestreo por estratos, que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 2. Muestra determinada por estratos

ALUMNOS DE LA UNDC	
DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION	FRECUENCIA
VI CICLO	27
VIII CICLO	24
X CICLO	22
TOTAL	73

Hernández, Fernández & Baptista (2010) afirman que la muestra “Es un subgrupo representativo de la población, mediante el cual se obtendrán los datos, por ello, se tiene que

delimitar con exactitud. El investigador pretende que los resultados obtenidos en la muestra se generalicen a la población”. (Pág. 173).

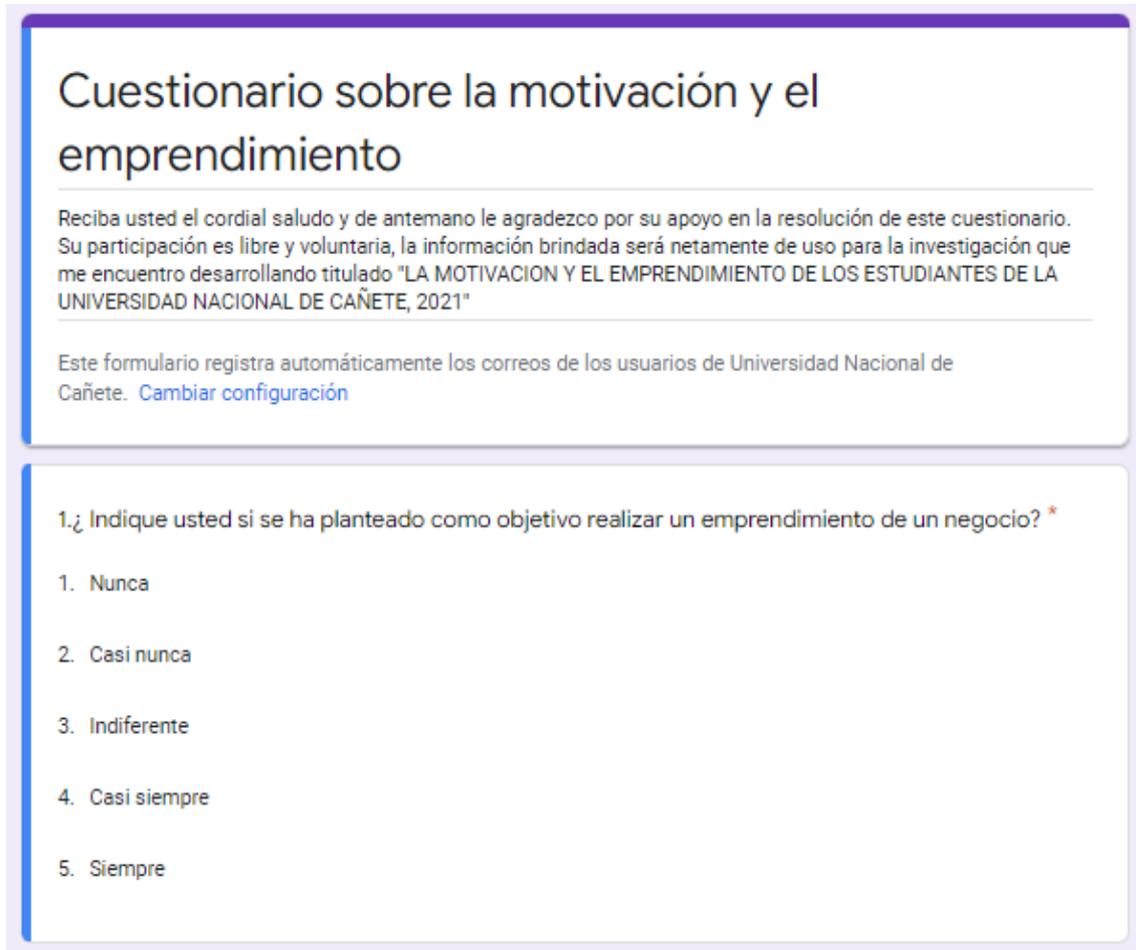
Mejía, Ñaupas, Novoa & Villagomez (2014) indican que la muestra “Es el subconjunto que forma parte de la población, estos son seleccionados por diferentes métodos, teniendo en cuenta la representatividad de la población. Es decir, una muestra es representativa si reúne las cualidades de quienes conforman la población”.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó para la recopilación de datos fue la encuesta. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, construido en base a la escala de Likert. Para la variable motivación el cuestionario consigna 10 ítems, teniendo en consideración las tres dimensiones de la matriz de operacionalización de las variables; la variable emprendimiento también consigna 10 ítems, teniendo en cuenta las tres dimensiones de la matriz de operacionalización de las variables.

El proceso previo a la aplicación del cuestionario, fue la validación del instrumento mediante el juicio de tres expertos de la carrera de Administración. Asimismo, se realizó la confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente de alfa de Cronbach. Los resultados de confiabilidad obtenidos fueron que el instrumento aplicado para la variable motivación es de 0.819 y emprendimiento es de 0.851, determinando que la confiabilidad del instrumento aplicado es buena.

Ante la situación actual de la pandemia en el país, la aplicación del cuestionario fue realizado de manera virtual a través de un formulario de Google forms, el cual se presenta a continuación:



The image shows a screenshot of a Google Form. The title is "Cuestionario sobre la motivación y el emprendimiento". Below the title, there is a paragraph of text: "Reciba usted el cordial saludo y de antemano le agradezco por su apoyo en la resolución de este cuestionario. Su participación es libre y voluntaria, la información brindada será netamente de uso para la investigación que me encuentro desarrollando titulado "LA MOTIVACION Y EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE, 2021". Below this, there is another paragraph: "Este formulario registra automáticamente los correos de los usuarios de Universidad Nacional de Cañete. [Cambiar configuración](#)". The main question is "1.¿ Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio? *". Below the question are five radio button options: "1. Nunca", "2. Casi nunca", "3. Indiferente", "4. Casi siempre", and "5. Siempre".

Link de acceso al cuestionario:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfvKpVG5hdoQAWQ4ZH6UvnfNAsOSxvjdJItDYAzGsgd1nrqfg/viewform>

Hernández, Fernández & Baptista (2010) definen al cuestionario como un conjunto de preguntas con respecto de una o más variables a medir, estas preguntas deben ser coherentes con la formulación del problema e hipótesis. Los cuestionarios se emplean en encuestas de todo tipo. (Pág. 217).

Mejía, Ñaupas, Novoa & Villagomez (2014) sostienen que el cuestionario es una modalidad de la técnica de la encuesta, que consiste en formular una serie de preguntas, estas deben estar relacionadas con la hipótesis y, por consiguiente, a las variables e indicadores. Tiene como objetivo recopilar información a fin de contrastar las hipótesis de la investigación.

Según Bernal (2010), “ la encuesta es una técnica de recopilación de información más utilizadas. Dicha técnica, se sustenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se formulan con el fin de obtener información.” (Pág. 194).

3.4 Procesamiento de datos

El procesamiento de datos se realizó con la recopilación de los resultados obtenidos mediante el cuestionario sobre las variables X: motivación e Y: el emprendimiento, aplicado mediante el formulario de Google forms; luego, la información obtenida fue ingresada a una base de datos en Excel. Posteriormente se realizó el análisis descriptivo de las variables X, Y en cuanto sus dimensiones y establecer, luego, la relación entre ambas, mediante el estadístico correspondiente. Finalmente se realizó la contrastación de la hipótesis general y específicas mediante el análisis inferencial que fue realizado en el programa de SPSS versión 25.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

a) Variable motivación y sus dimensiones

Tabla 3. Distribución de frecuencias de la variable motivación y sus dimensiones

Nivel	VI. Motivación		D1. Necesidad de logro		D2. Necesidad de afiliación		D3. Necesidad de Poder	
	F	%	F	%	f	%	f	%
Bajo	0	0	0	0	0	0	0	0
Moderado	4	5.5	5	6.8	4	5.5	5	6.8
Alto	69	94.5	68	93.2	69	94.5	68	93.2
Total	73	100.0	73	100.0	73	100.0	73	100.0

En el presente análisis descriptivo se muestran los resultados que se obtuvieron de las variables estudiadas y sus respectivas dimensiones. Los datos se recopilaron mediante las encuestas, luego se procesaron en Excel y finalmente en el SPSS versión 25. Los resultados estadísticos de la investigación se mostraron en tablas como se aprecia de la siguiente manera:

En la tabla 3, se percibe que los resultados de opinión de los 73 estudiantes de los ciclos VI, VIII y X de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, indican que la variable motivación está en un nivel alto con un 94.5%, mientras que un 5.5% indica estar en un nivel moderado y un 0% indica estar en el nivel bajo. Asimismo, se evidencian los resultados de la dimensión necesidad de logro que indicaron estar en un nivel alto un 93.2%, un 6.8% indica estar en un nivel moderado y un 0% indica estar en un

nivel bajo. Igualmente, se percibe que, de los 73 estudiantes, con respecto a la dimensión necesidad de afiliación, el 94.5% indica estar en un nivel alto, mientras que un 5.5% indica estar en un nivel moderado y un 0% indica estar en un nivel bajo. Del mismo modo se evidencia los resultados de la dimensión necesidad de poder, que indican estar en un nivel alto un 93,2%, un 6.8% indica estar en un nivel moderado y un 0% indica estar en un nivel bajo.

b) Variable emprendimiento y sus dimensiones

Tabla 4. Distribución de frecuencias de la variable emprendimiento y sus dimensiones

Nivel	VD. Emprendimiento		D1. Innovación		D2. Manejo de riesgos		D3. Proactividad	
	F	%	F	%	f	%	f	%
Bajo	0	0	0	0	0	0	0	0
Medio	4	5.5	5	6.8	4	5.5	9	12.3
Alto	69	94.5	68	93.2	69	94.5	64	87.7
Total	73	100.0	73	100.0	73	100.0	73	100.0

En la tabla 4, se percibe que los resultados de opinión de los 73 estudiantes de los ciclos VI, VIII y X de la carrera profesional de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, indican que la variable emprendimiento está en un nivel alto con un 94.5%, mientras que un 5.5% indica estar en un nivel medio y un 0%, estar en el nivel bajo. Asimismo, se evidencia los resultados de la dimensión innovación, que indican estar en un nivel alto un 93.2%, un 6.8%, en un nivel medio y un 0%, en un nivel bajo. También, se percibe que, de los 73 estudiantes, con respecto a la dimensión manejo de riesgos el 94.5% indica estar en un nivel alto, mientras que un 5.5% indica estar en un nivel medio y un 0% indica estar en un nivel bajo. Del mismo modo, se evidencia los resultados de la dimensión proactividad, que

indican estar en un nivel alto un 87.7%, un 12.3%, en un nivel medio y un 0%, en un nivel bajo.

4.2 Análisis inferencial

4.2.1 Prueba de normalidad

De acuerdo con la tabla N° 3, se aplicó la prueba de normalidad para el análisis de los datos; para ello, se empleó la prueba estadística de Kolmogorov - Smirnov, ya que se cuenta con una muestra mayor que 50, donde se obtuvieron los siguientes resultados, con respecto a la variable X: motivación: $p_valor= 0.007$; por lo tanto, los datos no provienen de una distribución normal, y respecto a la variable Y: emprendimiento: $p_valor= 0.182$; por lo tanto, los datos provienen de una distribución normal.

En conclusión, para la presente investigación se utilizó la prueba estadística paramétrica de Pearson para contrastar la hipótesis.

Tabla 5. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Motivación	,124	73	,007
Emprendimiento	,094	73	,182

4.2.2. Contrastación de hipótesis

A. Prueba de la hipótesis general

1. Definición de la hipótesis nula y la hipótesis alterna

H_0 : La motivación no se asocia significativamente con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

HG: La motivación se asocia significativamente con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

2. Determinar el nivel de significancia

Para contrastar la hipótesis se estableció un nivel de confianza del 95% y el nivel de error en un 5%.

α : 95%

error: 5%

3. Estadístico de prueba

De acuerdo con los resultados de la prueba de normalidad se empleó la prueba estadística paramétrica de Pearson.

4. Parámetro de aceptación y/o rechazo de la hipótesis

El parámetro para aceptar la hipótesis alterna fue que se obtuviera un p_valor menor que 0.05; en caso de obtener un p_valor mayor a 0.05 se rechaza la hipótesis alterna.

5. Cálculo estadístico

Tabla 6. Correlación de las variables motivación y emprendimiento

		Motivación	Emprendimiento
Motivación	Correlación de Pearson	1	,753**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	73	73
Emprendimiento	Correlación de Pearson	,753**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	73	73

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

6. Decisión

De acuerdo con la tabla N° 6, se muestra los resultados de la prueba paramétrica de Pearson utilizada para contrastar la hipótesis general planteada.

Se obtuvo un p valor = 0.000 < 0.05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, que hay una asociación altamente significativa entre las variables X: motivación e Y: emprendimiento. Asimismo, la correlación de Pearson fue de 0.753, el cual determinó que la correlación es positiva alta.

B. Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

1. Definición de la hipótesis nula y la hipótesis alterna

H_{E01} : La motivación no se asocia significativamente con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

H_{E1} : La motivación se asocia significativamente con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

2. Determinar el nivel de significancia

Para contrastar la hipótesis se estableció un nivel de confianza del 95% y el nivel de error en un 5%.

α : 95%

error: 5%

3. Estadístico de prueba

De acuerdo con los resultados de la prueba de normalidad se empleó la prueba estadística paramétrica de Pearson.

4. Parámetro de aceptación y/o rechazo de la hipótesis

El parámetro para aceptar la hipótesis alterna fue que se obtuviera un p valor menor que 0.05; en caso de obtener un p valor mayor a 0.05 se rechaza la hipótesis alterna.

5. Cálculo estadístico

Tabla 7. Correlación de las variables X: motivación e Y: innovación

		Motivación	Innovación
Motivación	Correlación de Pearson	1	,696**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	73	73
Innovación	Correlación de Pearson	,696**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	73	73

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

6. Decisión

De acuerdo con la tabla N° 7, se muestra los resultados de la prueba paramétrica de Pearson utilizada para contrastar la hipótesis específica₁ planteada.

Se obtuvo un $p_valor = 0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula; es decir que

hay una asociación altamente significativa entre las variables la motivación e innovación. Asimismo, la correlación de Pearson fue de 0.696, el cual determinó que la correlación es positiva considerable.

Prueba de hipótesis específica 2

1. Definición de la hipótesis nula y la hipótesis alterna

H_{e02} : La motivación no se asocia significativamente con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

H_{e2} : La motivación no se asocia significativamente con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

2. Determinar el nivel de significancia

Para contrastar la hipótesis se estableció un nivel de confianza del 95% y el nivel de error en un 5%.

α : 95%

error: 5%

3. Estadístico de prueba

De acuerdo con los resultados de la prueba de normalidad se empleará la prueba estadística paramétrica de Pearson.

4. Parámetro de aceptación y/o rechazo de la hipótesis

El parámetro para aceptar la hipótesis alterna fue que se obtuviera un p_valor menor que 0.05, en caso de obtener un p_valor mayor a 0.05 se rechaza la hipótesis alterna.

5. Cálculo estadístico

Tabla 8. Correlación de las variables motivación y manejo de riesgos

		Motivación	Manejo de riesgos
Motivación	Correlación de Pearson	1	,567**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	73	73
Manejo de riesgos	Correlación de Pearson	,567**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	73	73

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

6. Decisión

De acuerdo con la tabla N° 8, se muestra los resultados de la prueba paramétrica de Pearson utilizada para contrastar la hipótesis específica₂ planteada. Se obtuvo un p_valor = $0.000 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula es decir que hay una asociación altamente significativa entre las variables motivación y manejo de riesgos.

Asimismo, la correlación de Pearson= 0.567, el cual determinó que la correlación es positiva considerable.

Prueba de hipótesis específica 3

1. Definición de la hipótesis nula y la hipótesis alterna

H_{e03} : La motivación no se asocia significativamente con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

H_{e3} : La motivación se asocia significativamente con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021.

2. Determinar el nivel de significancia

Para contrastar la hipótesis se estableció un nivel de confianza del 95% y el nivel de error en un 5%.

α : 95%

error: 5%

3. Estadístico de prueba

De acuerdo con los resultados de la prueba de normalidad se empleó la prueba estadística paramétrica de Pearson.

4. Parámetro de aceptación y/o rechazo de la hipótesis

El parámetro para aceptar la hipótesis alterna fue que se obtuviera un p_valor menor que 0.05, en caso de obtener un p_valor mayor a 0.05 se rechaza la hipótesis alterna.

5. Cálculo estadístico

Tabla 9. *Correlación de las variables motivación y proactividad*

		Motivación	Proactividad
Motivación	Correlación de Pearson	1	,639**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	73	73
Proactividad	Correlación de Pearson	,639**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	73	73

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

6. Decisión

De acuerdo con la tabla N° 9, se muestra los resultados de la prueba paramétrica de Pearson utilizada para contrastar la hipótesis específica planteada.

Se obtuvo un p_valor = 0.000 < 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula es decir que hay una asociación altamente significativa entre las variables motivación y proactividad.

Asimismo, la correlación de Pearson fue de 0.639, el cual determinó que la correlación es positiva considerable.

4.3. Discusión de resultados

Según los resultados obtenidos respecto al objetivo general: determinar de qué manera la motivación se asocia con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. Se evidenció que existe una asociación significativa entre la variable X: motivación y la variable Y: emprendimiento. Para la contrastación de la hipótesis general, se aplicó la prueba estadística de Pearson, procediendo a la realización del análisis de la asociación entre las variables del estudio, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.753, el cual de acuerdo al análisis de correlación se considera como correlación positiva alta; además se obtuvo un $p_valor=0,000$ que es menor que 0.05. Asimismo, en la estadística descriptiva respecto a la variable X: motivación, del total de los 73 estudiantes encuestados, el 5.5% ($n=4$) manifiesta un nivel moderado, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración tienen una moderada motivación y el 94.5% ($n=69$) manifiestan un nivel alto, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración tienen una alta motivación; mientras que, respecto a la variable Y: emprendimiento, el 5.5% ($n=4$) manifiestan un nivel medio, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de administración tienen un nivel medio en referencia al emprendimiento y el 94.5% ($n=69$) manifiestan un nivel alto, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración tienen un nivel alto en referencia al emprendimiento. Dicho resultado se contrasta con la investigación realizada por Peralta (2018), en su tesis de maestría titulada “La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de las estudiantes del primer año de secundaria, Institución Educativa Presentación de María, Comas 2017”, el

mismo que concluyó que la motivación influye en las capacidades emprendedoras de los alumnos del primer grado de secundaria. También, se contrasta con la investigación de Barroso, Santos & Lopez, (2020) “Factors that affect the experience of entrepreneurship in university students. A study in a private institution in Merida, Yucatan, México”, en la que l obtuvo como resultado que los factores que afectan de manera positiva a los alumnos para iniciar un emprendimiento son de tipo personal, tales como la oportunidad de ser creativos y la motivación intrínseca. Por lo tanto, los resultados obtenidos en dichas investigaciones presentadas sustentan que la motivación se asocia con el emprendimiento, de manera positiva.

Respecto al objetivo específico 1: determinar de qué manera la motivación se asocia con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021, se percibió una asociación significativa entre la motivación y la innovación. En la contrastación de la hipótesis específica 1, se empleó la prueba estadística de Pearson, para el análisis de la asociación entre la motivación y la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.696, el cual, de acuerdo al análisis de correlación, se considera como correlación positiva considerable, asimismo, se obtuvo un $p_valor = 0.000$, que es menor que 0.05. Por otro lado, en la estadística descriptiva respecto a la dimensión innovación de la variable emprendimiento, se obtuvo que el 6.8% ($n=5$) manifiesta un nivel medio, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de administración presentan un nivel medio de innovación y el 93.2 % ($n=68$) manifiestan un nivel alto, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración presentan un nivel alto de innovación. Estos resultados se argumentan con los resultados obtenidos por Peralta, (2018) en su tesis de maestría: “La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de las estudiantes del primer año de

secundaria, Institución Educativa Presentación de María, Comas 2017”, en la cual obtuvo como resultado que la motivación influye en la creatividad con un nivel alto de 86.7%.

Asimismo, se argumenta con la teoría de González, 2006, quien manifiesta que la innovación permite aprovechar el éxito de una idea mediante la creación y/o mejoramiento de productos o servicios de manera que aporta a la solución de un problema y permite satisfacer la necesidad de las personas. Es decir, los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración presentan un alto nivel de innovación, el cual permitirá que puedan generar un emprendimiento a través de la creación o mejoramiento ya sea de un producto o de un servicio.

En relación específico 2: determinar de qué manera la motivación se asocia con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021, se percibió una asociación significativa entre la motivación y el manejo de riesgos. Para la contrastación de la hipótesis específica 2, se empleó la prueba estadística de Pearson, para determinar el análisis de asociación entre la motivación y el manejo de riesgos, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.567, el cual de acuerdo al análisis de correlación se considera como correlación positiva considerable, asimismo, se obtuvo un $p_valor = 0,000$ que es menor que 0.05. En ese sentido, en la estadística descriptiva, con respecto a la dimensión manejo de riesgo de la variable emprendimiento, se obtuvo que el 5.5% ($n=4$) manifiesta un nivel medio, es decir, los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración presentan un nivel medio respecto al manejo de riesgos y el 94.5% ($n=69$) manifiesta un nivel alto, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos presentan un nivel alto respecto al manejo de riesgos. Estos resultados se contrastan con la investigación realizada por Mejía, Proaño & Murillo, (2020), publicada en su artículo: “Características del perfil emprendedor de las madres solteras del noroeste de la ciudad de Guayaquil”-Ecuador”, en la cual obtuvo como resultado,

un 56,78%, considerado un nivel alto, es decir que el perfil emprendedor es caracterizado por la autoconfianza, el asumir los riesgos y la capacidad que poseen para resolver los problemas. Asimismo, se argumenta con el aporte de Morris (1998), quien señala que la toma de riesgos genera una responsabilidad de comprometer recursos la que su vez implica una oportunidad de lograr su meta de emprender.

En lo que corresponde al objetivo específico 3: determinar de qué manera la motivación se asocia con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021, se percibió una asociación significativa entre la motivación y la proactividad. En la contrastación de la hipótesis específica 4, se aplicó la prueba estadística de Pearson, para el análisis de la asociación entre la motivación y la proactividad, cuyo coeficiente de correlación fue de 0.639, el cual, de acuerdo al análisis de correlación, resulta una correlación positiva considerable, además se obtuvo un $p_valor = 0.000$ que es menor que 0.05. En tal sentido, en la estadística descriptiva, respecto a la dimensión proactividad de la variable emprendimiento, se obtuvo como resultado que el 12.3% ($n=9$) manifiesta un nivel medio, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración presentan un nivel medio en referencia a la proactividad y el 87.7% ($n=64$) manifiesta un nivel alto, lo cual indica que los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración presentan un nivel alto en referencia a la proactividad. Dicho resultado se sustenta con la investigación realizada por Carbajal (2017) en su tesis “Personalidad proactiva y capacidad emprendedora en los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia, 2017”, en el cual obtuvo como resultado que existe una correlación directa, entre la personalidad proactiva y la capacidad emprendedora, debido a que obtuvo un $p_valor = 0.006$, el cual es menor a 0.05; por lo tanto, al aumentar el nivel de personalidad proactiva, mayor es el nivel de capacidad emprendedora. Asimismo, se argumenta con la teoría de Morris (1998) que

dice que la proactividad tiene que ver con la implementación, la cual implica que el emprendedor se adapte, sea perseverante y asuma la responsabilidad ante el fracaso; es decir, el estudiante al emprender se somete a riesgos como el fracaso; es en estas situaciones en las cuales debe perseverar y realizar acciones con la finalidad de solucionar el problema presentado.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

1. En relación con el objetivo general, se determinó que la motivación se asocia con el emprendimiento en los estudiantes de los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. Según los resultados obtenidos de la prueba paramétrica Pearson ($p=0,000$; $r=0.753$), se concluye que existe una correlación positiva alta entre la motivación y el emprendimiento, es decir, a medida en que exista una mayor motivación habrá más generación de emprendimientos en los estudiantes.
2. En referencia al objetivo específico 1, se logró determinar que la motivación se asocia con la innovación en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. Según los resultados obtenidos de la prueba paramétrica de Pearson. ($p=0.000$; $r=0.696$), se concluye que existe una correlación positiva considerable entre la motivación y la innovación; es decir, a medida en que exista una mayor motivación habrá una mayor generación de ideas innovadoras de negocios de los estudiantes.
3. En cuanto al objetivo específico 2, se logró determinar que la motivación se asocia con el manejo de riesgos en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. De acuerdo con resultados obtenidos de la prueba paramétrica de Pearson ($p=0.000$; $r=0.567$), se concluye que existe una correlación positiva considerable entre la motivación y el

manejo de riesgos; es decir, a medida que exista una mayor motivación habrá un mejor manejo de riesgos en los estudiantes.

4. En relación al objetivo específico 3, se logró determinar que la motivación se asocia con la proactividad en los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de Administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021. En base a los resultados obtenidos de la prueba paramétrica de Pearson ($p=0.000$; $r=0.639$), se concluye que existe una correlación positiva considerable entre la motivación y la proactividad; es decir, a medida en que exista una mayor motivación, el estudiante presentará una mejor proactividad en desarrollar un emprendimiento.

5.2 Recomendaciones:

1. Se recomienda a la Universidad Nacional de Cañete incentivar a los estudiantes a emprender y fomentar la creación de la incubadora de empresas para que se brinde asesoría a los estudiantes en sus ideas de negocio con el fin de consolidar y llevar a cabo su emprendimiento. Esta recomendación se puede lograr mediante la ejecución de proyectos innovadores por parte de los alumnos y presentarlos en expo ferias como parte del desarrollo del curso de Introducción a los Negocios u otros cursos afines. Por otro lado, la incubadora de negocios se puede hacer realidad mediante la disposición, por parte de la Universidad Nacional de Cañete, de un presupuesto que financie el equipamiento y asesoramiento donde se capten a los mejores proyectos y se encamine a que los estudiantes logren llevarlo a cabo. Esto motivará a los estudiantes no solo a tener la iniciativa de emprender, sino también a esforzarse por aprovechar la oportunidad de hacer realidad sus ideas de negocio.
2. Se recomienda a la Escuela Profesional de Administración realizar ferias de presentación y sustentación de viabilidad de ideas de negocios, en las cuales los estudiantes presenten la creación y/o mejoramiento de productos o servicios. A su vez, a los mejores proyectos se les facilite para que puedan hacer realidad su emprendimiento. Esta recomendación se puede lograr mediante el establecimiento de un convenio u otro tipo de acuerdos estratégicos por parte de la Universidad Nacional de Cañete con las municipalidades, ya sea provincial o distritales, a fin de brindar un espacio donde los ganadores como mejores proyectos tengan la oportunidad para ofrecer sus productos o servicios, esto, aprovechando las múltiples ferias que ya se realizan abiertamente en todos los distritos como parte de

- la celebración de sus aniversarios. Todo ello, con la finalidad de impulsar a los alumnos o experimentar la acogida y aceptación de sus productos o servicios y que puedan empezar a generar sus propios ingresos.
3. El emprendimiento genera un riesgo ya sea a corto, mediano o a largo plazo. En, este sentido, se recomienda que los estudiantes sean perseverantes ante las circunstancias que afronten en su emprendimiento y manejen los riesgos con estrategias que generen su solución eficaz. Esta recomendación se puede lograr promoviendo seminarios, talleres, conferencias, entre otros, sobre temas de educación financiera, estrategias de negocio, marketing digital, etc., que la Universidad Nacional de Cañete gestione y brinde a sus estudiantes de manera regular, todo esto sumado a los conocimientos adquiridos en la misma universidad, para que los alumnos estén preparados, puedan planificar estratégicamente, puedan afrontar los riesgos y tomar decisiones acertadas minimizando riesgos.
 4. Se recomienda a los estudiantes generar iniciativas y ser promotores en presentar ideas de negocio en programas de apoyo como Innova Perú, cuya finalidad es buscar startups que se diferencien en el mercado; para ello, el estudiante debe contar con el desarrollo de un Producto Mínimo Viable; a su vez, el servicio producto debe tener las suficientes características para satisfacer a los clientes iniciales. Para que esta recomendación se haga realidad, es necesario asegurar la confiabilidad de los estudiantes en los conocimientos y charlas recibidas y en sus propias capacidades, de modo que puedan atreverse a emprender y estén dispuestos a correr riesgos, pero de manera razonable, acompañados de asesorías; se encuentren preparados para presentarse a los múltiples concursos de proyectos a cargo del Estado o de programas. Como por ejemplo, el Programa “Para quitarse el sombrero” de la Fundación Romero.

REFERENCIAS

- Adroher, S. (29 de Enero de 2020). *Plataforma digital de Economía, Derecho y otras Ciencias Sociales y humanas*. Recuperado el 1 de Setiembre de 2021, de Plataforma digital de Economía, Derecho y otras Ciencias Sociales y humanas: <https://leyderecho.org/erario-publico/>
- Albino Quispe, M. E. (2018). *Motivación y competencias profesionales en los alumnos egresantes del Instituto Educación Superior Tecnológico Público "Cañete"*. Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Obtenido de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/2453>
- Alvarez Valle, A. C., & Cáceres Rondón, M. P. (2017). *Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (Capítulo Arequipa), 2017*. Arequipa: Universidad Católica San Pablo. Obtenido de <http://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/UCSP/15388>
- Arias González, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: Enfoques consulting EIRL.
- Arrabal Martín, E. M. (2018). *Motivación* (primera ed.). España: Elearning S.L.
- Barraca Mairal, J. (30 de Setiembre de 2005). *Afiliación, poder y logro*.
- Barroso Tanoira, F. G., Santos Valencia, R. A., & Lopez Ponce, M. E. (2020). Factors that affect the experience of entrepreneurship in university students. A study in a private institution in Merida, Yucatan, México. *Nova Scientia*, 12(24), 0-0. doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v12i24.2223>
- Bateman, T., & Crant, M. (1993). The Proactive Component of Organizational Behavior: A Measure and Correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 103-118.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (tercera ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
- Bovéda, J. E., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). *Manual de implementación de incubadoras de empresas*. Paraguay: Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. L. (2015). *Manual de Emprendedorismo*. Paraguay: Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).
- Boza Valle, J. A., Mendoza Vargas, E. Y., & Intriago Zamora, E. N. (2020). La educación en emprendimiento de los estudiantes de las carreras empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo. *Conrado*, 16(72), 7-14. doi:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100007&lng=es&tlng=es.
- Carbajal Sifuentes, P. L. (2017). *Personalidad proactiva y capacidad emprendedora de los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia - 2017*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3195/Carbajal_SPL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Castell, P., & Pasola, J. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa : Dirección y gestión*. Barcelona: Edicions Universitat Politècnica de Catalunya.
- Ccama Puma, S. M. (2016). *Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano-2016*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4549>
- Chóliz Montañés, M. (2004). *Psicología de la Motivación: el proceso motivacional*. Universidad de Valencia.
- Companioni, O. (1 de Setiembre de 2015). El proceso de formación profesional desde un punto de vista histórico, complejo -cultural. *Actualidades Investigativas en Educación*, xv(3), 1-23. doi:<http://dx.doi.org/10.15517/aie.v15i3.21041>
- Duckworth, A., Peterson, C., Matthews, M., & Kelly, D. (2007). Grit: perseverance and passion for long-term goals. *Journal of personality and social psychology*, 1087-1088.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local*.
- Frese, M., & Fay, D. (2001). Personal initiative (PI): An active performance concept for work in the 21st century. *Research in Organizational Behavior*, xxiii, 133-187.
- Galvez Albarracin, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Gestión. (1 de Agosto de 2018). Perú es el tercer país con mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana a nivel mundial. *Gestión*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://gestion.pe/economia/peru-tercer-pais-mayor-cantidad-emprendimientos-fase-temprana-nivel-mundial-240264-noticia/?ref=gesr>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). McGraw-Hil.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw- Hill/ Interamericana Editores S.A.
- Hodgetts, R., & Altman, S. (1985). *Comportamiento en las organizaciones* (sexta ed.). México: Inteamericana de S.A. de CV.
- Kast, F. (1979). *Administración de las Organizaciones*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Martin-Retortillo, T. (21 de Junio de 2017). *ie UNIVERSITY*. Obtenido de <https://www.ie.edu/insights/es/articulos/aprendizaje-continuo-factor-critico-supervivencia/>
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Nueva Jersey: Van Nostrand.
- Mejía Flores, O. G., & Proaño Castro Milton Felipe & Murillo Delgado, E. P. (2020). Características del perfil emprendedor de las madres solteras del noroeste de la ciudad de Guayaquil. *Revista Investigación y Negocios*, 13(21), 98-111.

doi:http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372020000100009&lng=pt&tlng=es.

- Mitjáns, M. A. (1995). *Creatividad Personalidad y Educación*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.
- Morris, M. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable and Advantages for individuals organization and societies*. U.S.A: Greenwood publishing.
- Naranjo Pereira, M. L. (2009). Motivación: Perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Educación*, 3. Recuperado el 30 de Noviembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44012058010>
- Newstrom, J. (2007). *Dirección: Gestión para lograr resultados* (novena ed.). México: McGraw-Hill.
- Ñaupas Paitan, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramirez, E., & Villagomez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G., & López Posada, L. M. (2017). *Emprendimiento y Creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa* (Primera ed.). Ecoe Ediciones.
- Payano Hernández, K. L. (2017). *La motivación de recursos humanos y la calidad de servicios en el hotel lunahuana river resort de la localidad de lunahuaná, año 2017*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/496/TFCE-01-02.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Peralta Pinares, L. M. (2018). *La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de las estudiantes del primer año de secundaria, institución educativa Presentación de María, Comas 2017*. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12794>
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva (Creación y sostenimiento de un desempeño superior)*. New York: Editorial CECSA.
- Quispe López, J. M. (2020). "La motivación y capacidad emprendedora en los estudiantes de administración de la Uladech, 2019". Chimbote: Universidad César Vallejo. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44953>
- Sanabria Téllez, J. A. (2010). *Innovación para la generación de la idea de negocio*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Sandoval Quispe, S. K. (2018). *Emprendimiento y formación empresarial de los trabajadores de la empresa A.W.S. Constructores S.A.C. en el distrito de Villa El Salvador*. Lima: Universidad Autónoma de Perú. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/831>
- Sarnoza Parrales, D. R., Parrales Poveda, M. L., Sornoza Parrales, G. I., Cañarte Rodríguez, T. C., Castillo Merino, M. A., Guaranda Sornoza, V. F., & Delgado Lucas, H. B. (2018). *Fundamentos de emprendimientos* (Primera ed.). Manabí: Área de Innovación y Desarrollo.
- Tamayo Torres, I., Gutiérrez Gutiérrez, L., Barrales Molina, V., Bustinza Sánchez, Ó. F., Fernández Pérez, V., & Maraver Tarifa, G. (2017). *Guía creativa del emprendedor socialmente responsable*. Universidad de Granada.

- Valverde Gonzales, Z. M. (2009). *Guía de ideas y plan de negocios*. Lima: Rapimagen S.A.
- Vásquez López, I. O. (2018). *Factores Que Determinan El Emprendimiento Femenino Caso: Distrito De Chao, Al 2018*. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33771/v%C3%A1squez_li.pdf?sequence=1
- Vega Chumpitaz, M. A. (2018). *La gestión de procesos y el emprendimiento en estudiantes del VII ciclo de educación secundaria – Cañete 2017*. Lima: Universidad César Vallejo .
- Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A., & Afcha, S. M. (2020). Education for entrepreneurship as a predictor of entrepreneurial intent of university students. *Formación Universitaria*, 13(2), 63-72. doi:<https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>

ANEXOS

ANEXO 2. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVEL Y RANGO
X: MOTIVACIÓN	(Perret & Vinasco, 2016) la motivación es lo que impulsa a una persona a lograr un objetivo. Ya sea conseguir un trabajo, vencer una enfermedad, competir por un alto puesto o prepararse y lanzarse a conquistar la cima del Everest.	X1: Necesidad de Logro	Necesidad de lograr objetivos Necesidad de ser independiente Buscan expertos en que apoyarse Prioridades para lograr sus metas	1: Nunca 2: Casi nunca 3: Indiferente 4: Casi Siempre 5: Siempre	Bajo [10-22]
		X2: Necesidad de afiliación	Red de contactos y relaciones Crean buen clima Relaciones interpersonales		Moderado [23-36]
		X3: Necesidad de poder	Capacidad de liderazgo Necesidad de ayudar a los demás Asumir una responsabilidad		Alto [37-50]

Y:EMPREDIMIENTO	(Formichella, 2015) define el emprendimiento como el desarrollo de un proyecto que persigue determinado fin económico, político, social, entre otros, y que posee ciertas características como la incertidumbre e innovación.	Y1: Innovación	Capacidad de creatividad		
			Idea de negocios		
			Aprendizaje continuo		
			Generación de competitividad		
			Toma de decisiones	1: Nunca	Bajo [10-22]
		Y2: Manejo de riesgos	Capacidad para enfrentar los problemas	2: Casi nunca	Medio [23-36]
				3: Indiferente	
				4: Casi siempre	Alto [37-50]
				5: Siempre	
Y3: Proactividad	Capacidad de perseverar				
	Trabajo en equipo				
	Capacidad de Iniciativa				
		Participación empresarial			

ANEXO 3. MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO

Estimado estudiante, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la motivación y el emprendimiento de cada uno de ustedes. Por el cual solicitamos su contribución.

Lea detenidamente cada ítem y responda con sinceridad según considere conveniente, marcando con un aspa (X) y considerando la siguiente escala.

CATEGORÍA	PUNTUACIÓN
Siempre	5
Casi Siempre	4
Indiferente	3
Casi nunca	2
Nunca	1

MOTIVACIÓN					
NECESIDAD DE LOGRO	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Indiferente (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
1. ¿Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio?					
2. ¿Indique usted si lograr su independencia le incentiva a emprender un negocio?					
3. ¿Considera usted que es necesario asesorarse con expertos al momento de iniciar un emprendimiento?					
4. ¿Indique usted si establece prioridades en sus metas al momento de definirlas?					

NECESIDAD DE AFILIACIÓN	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Indiferente (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
5. ¿Indique usted si contar con una red de contactos y relaciones facilita el emprendimiento?					
6. ¿Indique usted si tiene la capacidad de crear un buen clima laboral?					
7. ¿Indique si usted tiene la facilidad de relacionarse con los demás?					
NECESIDAD DE PODER	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Indiferente (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
8. ¿Indique usted si asume el liderazgo en su equipo de trabajo?					
9. ¿Indique usted si ayuda a sus compañeros a lograr sus objetivos?					
10. ¿Indique usted si asumiría la responsabilidad del manejo de su emprendimiento?					
EMPRENDIMIENTO					
INNOVACIÓN	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Indiferente (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
11. ¿Indique usted si presenta ideas innovadoras y creativas de proyectos de negocio?					
12. ¿Indique usted si mediante su formación profesional ha presentado ideas de negocio?					
13. ¿Indique usted si el aprendizaje continuo aporta a la innovación de productos o servicios?					
14. ¿Considera usted que al innovar productos o servicios una empresa puede ser competitiva? ?					

MANEJO DE RIESGOS	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Indiferente (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
15. ¿Indique usted si asume los riesgos de sus decisiones?					
16. ¿Indique usted si tiene la capacidad de enfrentar los problemas que se presentasen en su emprendimiento?					
17. ¿Indique usted si es perseverante en las acciones que realiza para cumplir con sus objetivos?					
PROACTIVIDAD	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Indiferente (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
18. ¿Indique usted si al trabajar en equipo obtiene buenos resultados?					
19. ¿Indique usted si toma iniciativa al momento de realizar un trabajo?					
20. ¿Indique usted si ha participado en alguna conferencia, congreso respecto a temas de emprendimiento?					

Fuente: elaboración propia

ANEXO4. INSTRUMENTO VALIDADO POR EXPERTOS

Formato de Validación de los instrumentos

Ficha de Validación de Expertos

DATOS GENERALES			
Apellidos y nombres del Experto	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor (a) del instrumento.
Mg. Félix Cahuas Andrade	Docente Contratado UTP	CUESTIONARIO	Mendoza Cabello Lisbhet Paula
Título del trabajo de Investigación: "La motivación y el emprendimiento en estudiantes de los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021"			

II. ASPECTOS A EVALUAR.

1. ¿El instrumento de recolección de datos está orientado al problema de investigación?

Si No

Observaciones.....

.....

Sugerencias:.....

.....

2. ¿En el instrumento de recolección de datos se aprecia la variable de investigación?

Si No

Observaciones.....

.....

Sugerencias:.....

.....

3. ¿El instrumento de la recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?

Si No

Observaciones.....

.....

Sugerencias.....

.....

4. ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la o las variables de estudio?

Si No

Observaciones.....

.....

Sugerencias.....

.....

5. ¿El instrumento de recolección de datos presenta la cantidad de ítems apropiados?

Si No

Observaciones.....

.....

Sugerencias.....

.....

6. ¿La redacción del instrumento de recolección de datos es coherente?

Si No

Observaciones.....

.....

Sugerencias.....

.....

7. ¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y procesamiento de datos?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:
.....
.....

8. ¿Del instrumento de recolección de datos, usted eliminaría algún ítem?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:
.....
.....

9. ¿En el instrumento de recolección de datos, usted agregaría algún ítem?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:
.....
.....

10. ¿El diseño del instrumento de recolección de datos será accesible a la población sujeto de estudio?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias.....
.....

11. ¿La recolección de instrumento de datos es clara, sencilla y precisa para investigación?

Si No

Observaciones.....

.....

.....

Sugerencias.....

.....

.....

III. OPINION DE APLICABILIDAD			
Callao 15/09/2021	09271103	 Colaborador	929453135
Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto Informante	Teléfonos

CUESTIONARIO

Estimado estudiante, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la motivación y el emprendimiento de cada uno de ustedes. Por el cual solicitamos su contribución.

Lea detenidamente cada ítem y responda con sinceridad según considere conveniente, marcando con un aspa (X) y considerando la siguiente escala.

CATEGORÍA	PUNTUACIÓN
Siempre	5
Casi Siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

MOTIVACIÓN					
NECESIDAD DE LOGRO	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
1. ¿Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio?					
2. ¿Indique usted si lograr su independencia le incentiva a emprender un negocio?					
3. ¿Considera usted que es necesario asesorarse con expertos al momento de iniciar un emprendimiento?					
4. ¿Indique usted si establece prioridades en sus metas al momento de definir las?					
NECESIDAD DE AFILIACIÓN	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
5. ¿Indique usted si contar con una red de contactos y relaciones facilita el emprendimiento?					

6. ¿Indique usted si tiene la capacidad de crear un buen clima laboral?					
7.¿Indique si usted tiene la facilidad de relacionarse con los demás?					
NECESIDAD DE PODER	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
8. ¿Indique usted si asume el liderazgo en su equipo de trabajo?					
9. ¿Indique usted si ayuda a sus compañeros a lograr sus objetivos?					
10.¿Indique usted si asumiría la responsabilidad del manejo de su emprendimiento?					
EMPRENDIMIENTO					
INNOVACIÓN	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
11.¿Indique usted si presenta ideas innovadoras y creativas de proyectos de negocio?					
12. ¿Indique usted si mediante su formación profesional ha presentado ideas de negocio?					
13. ¿Indique usted si el aprendizaje continuo aporta a la innovación de productos o servicios?					
14. ¿Considera usted que al innovar productos o servicios una empresa puede ser competitiva? ?					
MANEJO DE RIESGOS	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
15. ¿Indique usted si asume los riesgos de sus decisiones?					
16.¿Indique usted si tiene la capacidad de enfrentar los problemas que se presentasen en su emprendimiento?					

17. ¿Indique usted si es perseverante en las acciones que realiza para cumplir con sus objetivos?					
PROACTIVIDAD	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
18. ¿Indique usted si al trabajar en equipo obtiene buenos resultados?					
19. ¿Indique usted si toma iniciativa al momento de realizar un trabajo?					
20. ¿Indique usted si ha participado en alguna conferencia, congreso respecto a temas de emprendimiento?					

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20):

VALORACION CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lugar y fecha: San Vicente, 15 de Setiembre del 2021



Colaborador

Firma del experto

DNI: 09271103

Formato de Validación de los instrumentos

Ficha de Validación de Expertos

DATOS GENERALES			
Apellidos y nombres del Experto	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor (a) del instrumento.
Mg. José Luis Luyo Luyo	Docente Nombrado UTP	CUESTIONARIO	Mendoza Cabello Lisbhet Paula
Título del trabajo de Investigación: "La motivación y el emprendimiento en estudiantes de los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021"			

II. ASPECTOS A EVALUAR.

1. ¿El instrumento de recolección de datos está orientado al problema de investigación?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:.....
.....

2. ¿En el instrumento de recolección de datos se aprecia la variable de investigación?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:.....
.....

3. ¿El instrumento de la recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?

Si No

Observaciones.....

.....

.....

Sugerencias.....

.....

.....

4. ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la o las variables de estudio?

Si No

Observaciones.....

.....

.....

Sugerencias.....

.....

.....

5. ¿El instrumento de recolección de datos presenta la cantidad de ítems apropiados?

Si No

Observaciones.....

.....

.....

Sugerencias.....

.....

.....

6. ¿La redacción del instrumento de recolección de datos es coherente?

Si No

Observaciones.....

.....

.....

Sugerencias.....

.....

.....

7. ¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y procesamiento de datos?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:
.....
.....

8. ¿Del instrumento de recolección de datos, usted eliminaría algún ítem?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:
.....
.....

9. ¿En el instrumento de recolección de datos, usted agregaría algún ítem?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:
.....
.....

10. ¿El diseño del instrumento de recolección de datos será accesible a la población sujeto de estudio?

Si No

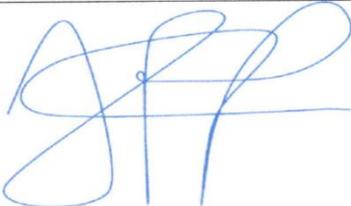
Observaciones.....
.....

Sugerencias.....
.....

11. ¿La recolección de instrumento de datos es clara, sencilla y precisa para investigación?

Si No

Observaciones.....
.....
.....
Sugerencias.....
.....
.....

III. OPINION DE APLICABILIDAD				
Lima		07307806		994918574
16/09/2021				
Lugar y fecha:		DNI	Firma del Experto Informante MG. JOSE LUIS LUYO LUYO	Teléfonos

CUESTIONARIO

Estimado estudiante, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la motivación y el emprendimiento de cada uno de ustedes. Por el cual solicitamos su contribución.

Lea detenidamente cada ítem y responda con sinceridad según considere conveniente, marcando con un aspa (X) y considerando la siguiente escala.

CATEGORÍA	PUNTUACIÓN
Siempre	5
Casi Siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

MOTIVACIÓN					
NECESIDAD DE LOGRO	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
1.¿Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio?					
2.¿Indique usted si lograr su independencia le incentiva a emprender un negocio?					
3.¿Considera usted que es necesario asesorarse con expertos al momento de iniciar un emprendimiento?					
4.¿Indique usted si establece prioridades en sus metas al momento de definir las?					
NECESIDAD DE AFILIACIÓN	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
5. ¿Indique usted si contar con una red de contactos y relaciones facilita el emprendimiento?					

6. ¿Indique usted si tiene la capacidad de crear un buen clima laboral?					
7.¿Indique si usted tiene la facilidad de relacionarse con los demás?					
NECESIDAD DE PODER	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
8. ¿Indique usted si asume el liderazgo en su equipo de trabajo?					
9. ¿Indique usted si ayuda a sus compañeros a lograr sus objetivos?					
10.¿Indique usted si asumiría la responsabilidad del manejo de su emprendimiento?					
EMPRENDIMIENTO					
INNOVACIÓN	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
11.¿Indique usted si presenta ideas innovadoras y creativas de proyectos de negocio?					
12. ¿Indique usted si mediante su formación profesional ha presentado ideas de negocio?					
13. ¿Indique usted si el aprendizaje continuo aporta a la innovación de productos o servicios?					
14. ¿Considera usted que al innovar productos o servicios una empresa puede ser competitiva? ?					
MANEJO DE RIESGOS	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
15. ¿Indique usted si asume los riesgos de sus decisiones?					
16.¿Indique usted si tiene la capacidad de enfrentar los problemas que se presentasen en su emprendimiento?					

17. ¿Indique usted si es perseverante en las acciones que realiza para cumplir con sus objetivos?					
PROACTIVIDAD	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
18. ¿Indique usted si al trabajar en equipo obtiene buenos resultados?					
19. ¿Indique usted si toma iniciativa al momento de realizar un trabajo?					
20. ¿Indique usted si ha participado en alguna conferencia, congreso respecto a temas de emprendimiento?					

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20):

VALORACION CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lugar y fecha: Lima, 16 de Setiembre del 2021



Firma del experto

DNI: 07307806

Formato de Validación de los instrumentos

Ficha de Validación de Expertos

DATOS GENERALES			
Apellidos y nombres del Experto	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor (a) del instrumento.
Mg. Julio Wu Matta	Docente Contratado UNDC	CUESTIONARIO	Mendoza Cabello Lisbhet Paula
Título del trabajo de Investigación: "La motivación y el emprendimiento en estudiantes de los últimos ciclos de administración de la Universidad Nacional de Cañete, 2021"			

II. ASPECTOS A EVALUAR.

1. ¿El instrumento de recolección de datos está orientado al problema de investigación?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:.....
.....

2. ¿En el instrumento de recolección de datos se aprecia la variable de investigación?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias:.....
.....

3. ¿El instrumento de la recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias.....
.....
.....

4. ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la o las variables de estudio?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias.....
.....
.....

5. ¿El instrumento de recolección de datos presenta la cantidad de ítems apropiados?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias.....
.....
.....

6. ¿La redacción del instrumento de recolección de datos es coherente?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias.....
.....
.....

7. ¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y procesamiento de datos?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....
.....

8. ¿Del instrumento de recolección de datos, usted eliminaría algún ítem?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....
.....

9. ¿En el instrumento de recolección de datos, usted agregaría algún ítem?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....
.....

10. ¿El diseño del instrumento de recolección de datos será accesible a la población sujeto de estudio?

Si No

Observaciones.....
.....
.....

Sugerencias:

.....
.....

11. ¿La recolección de instrumento de datos es clara, sencilla y precisa para investigación?

Si No

Observaciones.....
.....

Sugerencias.....
.....

III. OPINION DE APLICABILIDAD			
San Vicente de Cañete 16/09/2021	06767672		
Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto Informante	Teléfonos

CUESTIONARIO

Estimado estudiante, con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la motivación y el emprendimiento de cada uno de ustedes. Por el cual solicitamos su contribución.

Lea detenidamente cada ítem y responda con sinceridad según considere conveniente, marcando con un aspa (X) y considerando la siguiente escala.

CATEGORÍA	PUNTUACIÓN
Siempre	5
Casi Siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

MOTIVACIÓN					
NECESIDAD DE LOGRO	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
1. ¿Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio?					
2. ¿Indique usted si lograr su independencia le incentiva a emprender un negocio?					
3. ¿Considera usted que es necesario asesorarse con expertos al momento de iniciar un emprendimiento?					
4. ¿Indique usted si establece prioridades en sus metas al momento de definir las?					
NECESIDAD DE AFILIACIÓN	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
5. ¿Indique usted si contar con una red de contactos y relaciones facilita el emprendimiento?					

6. ¿Indique usted si tiene la capacidad de crear un buen clima laboral?					
7. ¿Indique si usted tiene la facilidad de relacionarse con los demás?					
NECESIDAD DE PODER	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
8. ¿Indique usted si asume el liderazgo en su equipo de trabajo?					
9. ¿Indique usted si ayuda a sus compañeros a lograr sus objetivos?					
10. ¿Indique usted si asumiría la responsabilidad del manejo de su emprendimiento?					
EMPRENDIMIENTO					
INNOVACIÓN	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
11. ¿Indique usted si presenta ideas innovadoras y creativas de proyectos de negocio?					
12. ¿Indique usted si mediante su formación profesional ha presentado ideas de negocio?					
13. ¿Indique usted si el aprendizaje continuo aporta a la innovación de productos o servicios?					
14. ¿Considera usted que al innovar productos o servicios una empresa puede ser competitiva? ?					
MANEJO DE RIESGOS	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
15. ¿Indique usted si asume los riesgos de sus decisiones?					
16. ¿Indique usted si tiene la capacidad de enfrentar los problemas que se presentasen en su emprendimiento?					

17. ¿Indique usted si es perseverante en las acciones que realiza para cumplir con sus objetivos?					
PROACTIVIDAD	Nunca(1)	Casi Nunca(2)	Indiferente (3)	Casi Siempre(4)	Siempre(5)
18. ¿Indique usted si al trabajar en equipo obtiene buenos resultados?					
19. ¿Indique usted si toma iniciativa al momento de realizar un trabajo?					
20. ¿Indique usted si ha participado en alguna conferencia, congreso respecto a temas de emprendimiento?					

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20):

VALORACION CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lugar y fecha: San Vicente, 16 de setiembre del 2021



Firma del experto

DNI: 06767672

ANEXO 5. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

Tabla 10. Análisis de confiabilidad de la variable independiente: motivación

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	10

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad a través del coeficiente de alfa de Cronbach con un valor de 0,819, se puede determinar que la confiabilidad del instrumento de medición de la variable emprendimiento es bueno.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio?	39,52	15,364	,576	,795
¿Indique usted si lograr su independencia le incentiva a emprender un negocio?	39,48	15,170	,443	,812
¿Considera usted que es necesario asesorarse con expertos al momento de iniciar un emprendimiento?	39,45	16,779	,308	,821
¿Indique usted si establece prioridades en sus metas al momento de definir las?	39,47	15,725	,564	,797

¿Indique usted si contar con una red de contactos y relaciones facilita el emprendimiento?	39,34	15,867	,536	,800
¿Indique usted si tiene la capacidad de crear un buen clima laboral?	39,45	15,973	,509	,802
¿Indique si usted tiene la facilidad de relacionarse con los demás?	39,71	15,152	,502	,803
¿Indique usted si asume el liderazgo en su equipo de trabajo?	39,86	15,648	,416	,813
¿Indique usted si ayuda a sus compañeros a lograr sus objetivos?	39,67	15,140	,622	,790
¿Indique usted si asumiría la responsabilidad del manejo de su emprendimiento?	39,30	15,436	,612	,792

Tabla 11. Análisis de confiabilidad de la variable dependiente: emprendimiento

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,851	10

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de fiabilidad a través del coeficiente de alfa de Cronbach con un valor de 0,851, se puede determinar que la confiabilidad del instrumento de medición de la variable emprendimiento es bueno.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Indique usted si presenta ideas innovadoras y creativas de proyectos de negocio?	39,14	18,259	,595	,833
¿Indique usted si mediante su formación profesional ha presentado ideas de negocio?	39,26	17,917	,582	,835
¿Indique usted si el aprendizaje continuo aporta a la innovación de productos o servicios?	38,84	19,334	,557	,838
¿Considera usted que al innovar productos o servicios una empresa puede ser competitiva?	38,70	19,297	,592	,836

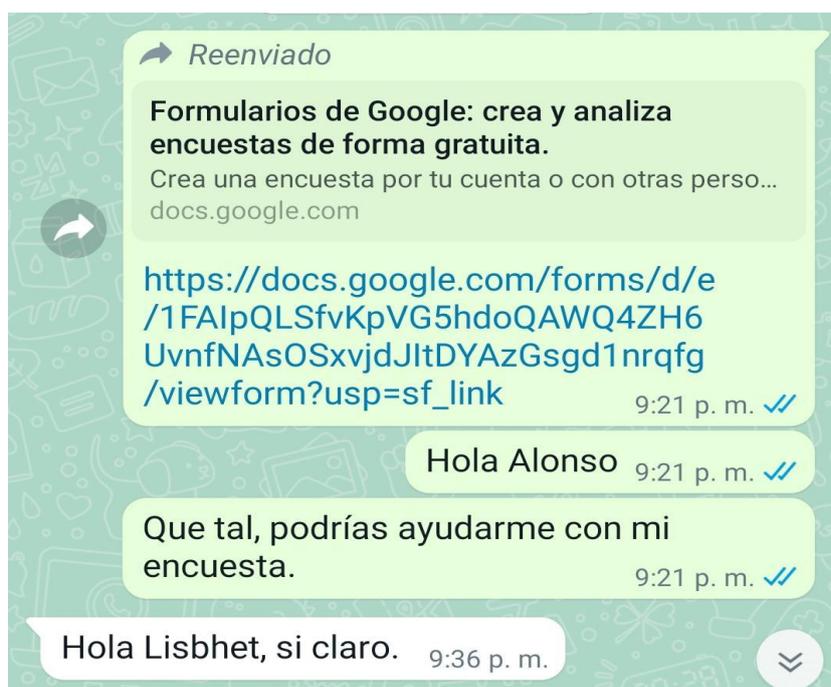
¿Indique usted si asume los riesgos de sus decisiones?	38,90	19,116	,420	,849
¿Indique usted si tiene la capacidad de enfrentar los problemas que se presentasen en su emprendimiento?	38,93	18,676	,568	,836
¿Indique usted si es perseverante en las acciones que realiza para cumplir con sus objetivos?	38,99	18,208	,641	,830
¿Indique usted si al trabajar en equipo obtiene buenos resultados?	38,89	19,210	,468	,844
¿Indique usted si toma iniciativa al momento de realizar un trabajo?	39,05	17,997	,653	,828
¿Indique usted si ha participado en alguna conferencia, congreso respecto a temas de emprendimiento?	39,51	17,337	,538	,842

ANEXO 6. APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO VIRTUAL

Estudiante 1



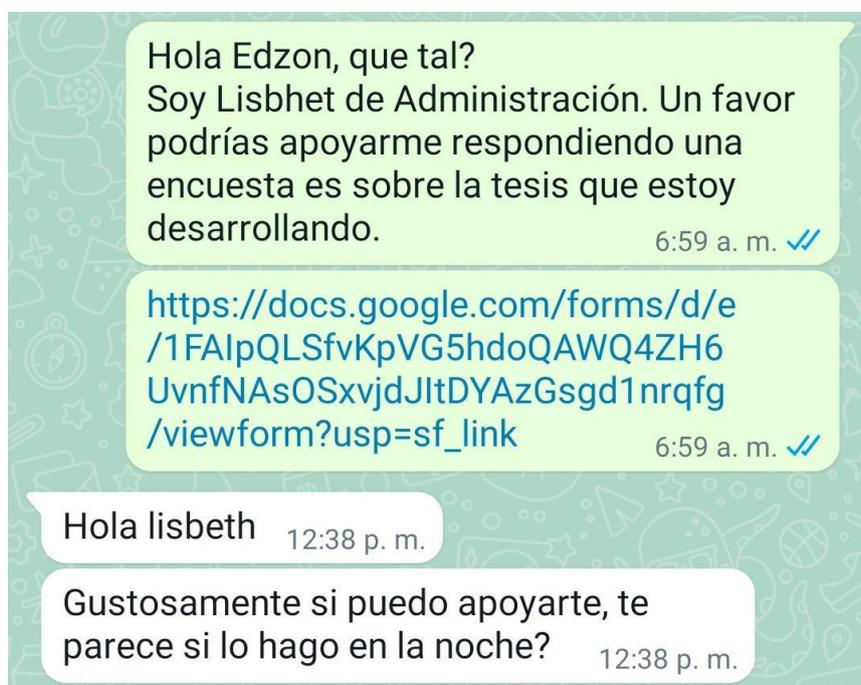
Estudiante 2



Estudiante 3



Estudiante 4



ANEXO 7. VERIFICACIÓN DE RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO

Cuestionario sobre la motivación y el emprendimiento

Reciba usted el cordial saludo y de antemano le agradezco por su apoyo en la resolución de este cuestionario. Su participación es libre y voluntaria, la información brindada será netamente de uso para la investigación que me encuentro desarrollando titulado "LA MOTIVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJATE, 2021".

Se ha registrado el correo del encuestado (1970119502@uncc.edu.pe) al enviar este formulario.

*Obligatorio

1. ¿Indique usted si se ha planteado como objetivo realizar un emprendimiento de un negocio? *

Siempre

2. ¿Indique usted si lograr su independencia le incentiva a emprender un negocio? *

Siempre

3. ¿Considera usted que es necesario asesorarse con expertos al momento de iniciar un emprendimiento? *

Indiferente

4. ¿Indique usted si establece prioridades en sus metas al momento de definir las? *

Casi siempre

5. ¿Indique usted si contar con una red de contactos y relaciones facilita el emprendimiento? *

Siempre

6. ¿Indique usted si tiene la capacidad de crear un buen clima laboral? *

Siempre

7. ¿Indique usted si tiene la facilidad de relacionarse con los demás? *

Siempre

8. ¿Indique usted si asume el liderazgo en su equipo de trabajo? *

Casi siempre

9. ¿Indique usted si ayuda a sus compañeros a lograr sus objetivos? *

Siempre

10. ¿Indique usted si asumiría la responsabilidad del manejo de su emprendimiento? *

Siempre

11. ¿Indique usted si presenta ideas innovadoras y creativas de proyectos de negocio? *

Siempre

12. ¿Indique usted si mediante su formación profesional ha presentado ideas de negocios? *

Indiferente

13. ¿Indique usted si el aprendizaje continuo aporta a la innovación de productos o servicios? *

Casi siempre ▾

14. ¿Considera usted que al innovar productos o servicios una empresa puede ser competitiva? *

Indiferente ▾

15. ¿Indique usted si asume los riesgos de sus decisiones? *

Siempre ▾

16. ¿Indique usted si tiene la capacidad de enfrentar los problemas que se presentasen en su emprendimiento? *

Casi siempre ▾

17. ¿Indique usted si es perseverante en las acciones que realiza para cumplir con sus objetivos? *

Casi nunca ▾

18. ¿Indique usted si al trabajar en equipo obtiene buenos resultados? *

Casi siempre ▾

19. ¿Indique usted si toma iniciativa al momento de realizar un trabajo? *

Siempre ▾

20. ¿Indique usted si ha participado en alguna conferencia, congreso respecto a temas de emprendimiento? *

Indiferente ▾

ANEXO 8. BASE DE DATOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS

TABLA DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DEL PROYECTO DE TESIS																				
PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO																				
N°	Motivación									Emprendimiento										
	Necesidad de logro				Necesidad de afiliación			Necesidad de poder		Innovación				Manejo de riesgo			Proactividad			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3
2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	2	4	4	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
9	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	3	4
10	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
11	4	5	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3
12	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
13	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
14	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	3	3
15	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
16	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3
17	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
18	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	2	2	4	4	5	5
22	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	5	4	2	4	5	3
23	5	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
24	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	3
25	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3
27	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3
28	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
29	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4

ANEXO 9. GRADO DE CORRELACION SEGÚN COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva media considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia, basado en Hernández, Fernández & Baptista, (2010)

ANEXO 10. PROCESAMIENTO DE DATOS SPSS VERSIÓN 25

	V1	D1	D2	D3	V1A	D1A	D2A	D3A	V2	Dimensió n1	Dimensió n2	Dimensió n3	V2B	D1B
1	41	16	11	14	3	3	3	3	37	16	11	10	3	3
2	48	18	15	15	3	3	3	3	50	20	15	15	3	3
3	44	17	14	13	3	3	3	3	40	16	12	12	3	3
4	43	17	15	11	3	3	3	3	45	16	15	14	3	3
5	48	19	14	15	3	3	3	3	49	20	15	14	3	3
6	50	20	15	15	3	3	3	3	50	20	15	15	3	3
7	44	19	12	13	3	3	3	3	43	18	10	15	3	3
8	49	20	15	14	3	3	3	3	47	19	14	14	3	3
9	42	17	12	13	3	3	3	3	41	17	14	10	3	3
10	47	19	14	14	3	3	3	3	49	20	15	14	3	3
11	37	15	11	11	3	3	3	3	41	16	14	11	3	3
12	46	20	14	12	3	3	3	3	42	18	12	12	3	3
13	45	18	14	13	3	3	3	3	43	16	14	13	3	3
14	44	18	12	14	3	3	3	3	40	17	12	11	3	3
15	41	17	11	13	3	3	3	3	46	18	15	13	3	3
16	42	19	12	11	3	3	3	3	40	17	14	9	3	3
17	46	20	13	13	3	3	3	3	45	18	14	13	3	3
18	45	18	14	13	3	3	3	3	44	15	14	15	3	3
19	43	16	12	15	3	3	3	3	49	20	15	14	3	3
20	42	16	13	13	3	3	3	3	50	20	15	15	3	3
21	44	18	15	11	3	3	3	3	42	20	8	14	3	3
22	46	17	15	14	3	3	3	3	38	15	11	12	3	3

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	N Numérico	8	0	Motivación	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
2	D1	N Numérico	8	0	Necesidad de l...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	D2	N Numérico	8	0	Necesidad de a...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
4	D3	N Numérico	8	0	Necesidad de p...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
5	V1A	N Numérico	5	0	Motivación	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
6	D1A	N Numérico	5	0	Necesidad de l...	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
7	D2A	N Numérico	5	0	Necesidad de a...	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
8	D3A	N Numérico	5	0	Necesidad de p...	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
9	V2	N Numérico	8	0	Emprendimiento	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
10	Dimensión1	N Numérico	8	0	Innovación	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
11	Dimensión2	N Numérico	8	0	Manejo de ries...	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
12	Dimensión3	N Numérico	8	0	Proactividad	{1, Bajo}...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
13	V2B	N Numérico	5	0	Emprendimiento	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
14	D1B	N Numérico	5	0	Innovación	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
15	D2B	N Numérico	5	0	Manejo de ries...	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
16	D3B	N Numérico	5	0	Proactividad	{1, Bajo}...	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
17											



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

En la ciudad de Cañete, en la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 11:00 horas, del día 30 de diciembre del 2022, se reunió el Jurado Evaluador conformado por:

Presidente(a): Dr. Edgard Augusto Salinas Loarte.
Secretario (a): Dr. Jorge Lázaro Franco Medina
Vocal: Dr. Ramón Osorio Alberto Bueno.

Para el acto de sustentación de la tesis intitulada: "LA MOTIVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE LOS ÚLTIMOS CICLOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE, 2021"; para optar al Título Profesional de Licenciado en Administración por la graduada: Br. LISBHET PAULA MENDOZA CABELLO, Tomando en cuenta los siguientes criterios:

Criterio	Malo (0)	Regular (2)	Bueno (3)	Muy bueno (4)	Excelente (5)	Puntaje
Claridad de la exposición				4		4
Dominio del tema				4		4
Visión holística del trabajo				4		4
Uso de recursos audiovisuales				4		4
					Total	16

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el mencionado dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador, declara:

1. () Aprobado, con mención honrosa.
2. (**X**) Aprobado, por unanimidad
3. () Aprobado, por mayoría
4. () Desaprobado

Con una calificación promedio de 16 (dieciséis)

Nota del Informe	Nota de Sustentación	Nota Final
16	16	16

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (**x**), impedidos () para realizar los trámites correspondientes para la obtención del Título Profesional de Licenciada en Administración.

Siendo las 12:00 Horas se dio por terminado el acto de sustentación.

 Dr. Jorge Lázaro Franco Medina Secretario Jurado Evaluador Facultad de Ciencias Empresariales	 Dr. Edgard Augusto Salinas Loarte Presidente Jurado Evaluador Facultad de Ciencias Empresariales	 Dr. Ramón Osorio Alberto Bueno Vocal Jurado Evaluador Facultad de Ciencias Empresariales
---	--	--