



# **Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Escuela de Posgrado**

**Cultura del emprendimiento y competitividad para los negocios de los  
estudiantes del x ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e  
Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año  
2019**

**Tesis**

**Para optar el Grado Académico de Doctor en Administración**

**Autor**

**Luis Arsenio Rivera Morales**

**Asesor**

**Dr. Bautista Juan De Dios Rey Lelis**

**Huacho - Perú**

**2024**



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

*(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)*

*“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”*

## Escuela de Posgrado

### INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Luis Arsenio Rivera Morales	15611049	27/12/2023
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Bautista Juan De Dios Rey Lelis	15596695	0000-0002-0463-5682
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS Y	DNI	CÓDIGO ORCID
Viviana Inés Vellón Flores	15596783	0000-0001-6211-7218
Félix Gil Caro Soto	32124959	0000-0002-0946-5395
Jesús Jacobo Coronado Espinoza	15591398	0009-0008-7555-0409
Carlos Máximo Gonzales Añorga	15762004	0000-0003-2346-5372

# CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD PARA LOS NEGOCIOS DE LOS ESTUDIANTES DEL X CICLO EN LA FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL SISTEMAS E INFORMATICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SAN

---

INFORME DE ORIGINALIDAD

---

20%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

1%

★ edoc.pub

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Apagado



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Escuela de Posgrado**

**Cultura del emprendimiento y competitividad para  
los negocios de los estudiantes del x ciclo en la  
Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e  
Informática de la Universidad Nacional José Faustino  
Sánchez Carrión, año 2019**

**Tesis**

**Para optar el Grado Académico de Doctor en Administración**

**Autor**

**Luis Arsenio Rivera Morales**

**Asesor**

**Dr. Bautista Juan De Dios Rey Lelis**

**Huacho-Perú**

**2024**

**DEDICATORIA:**

La investigación se la dedico a  
mi familia, en especial a mis  
hijos, Renzo, Diana y Axel.

**AGRADECIMIENTO:**

Mi agradecimiento a la Escuela de Post Grado,  
en especial al Dr. Rey Lelis Bautista Juan de Dios.

Haga clic aquí para escribir una fecha.

## ÍNDICE

	PÁG.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCION	xi

## CAPITULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	13
1.2. Formulación de problemas	16
1.2.1 Problema general	16
1.2.2 Problemas específicos	16
1.3. Objetivos de la investigación	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4. Justificación de la investigación	16
1.5. Delimitaciones del estudio	18
1.5.1. Delimitación Espacial	18
1.5.2. Delimitación Temporal	18
1.5.3. Delimitación Social	18
1.5.4. Delimitación Conceptual	19
1.6. Viabilidad del estudio	19

## CAPITULO II

### MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación	19
2.1.1. Antecedentes internacionales	19
2.1.2. Antecedentes nacionales	24



2.2.	Bases teóricas	29
2.2.1.	Base teóricas de la variable cultura del emprendimiento	29
2.2.2.	Bases teóricas de la variable competitividad para los negocios	39
2.3.	Bases filosóficas	60
2.3.1.	Base filosófica de cultura del emprendimiento	60
2.3.2.	Base filosófica de la competitividad para los negocios	62
2.4.	Definición de términos básicos	64
2.5.	Formulación de las hipótesis	65
2.5.1.	Hipótesis general	65
2.5.2.	Hipótesis específicas	65
2.6.	Operacionalización de las variables	66

### **CAPITULO III**

#### **METODOLOGÍA**

3.1.	Diseño metodológico	67
3.1.1.	Tipo de investigación	67
3.1.2.	Diseño de la investigación	68
3.2.	Población y muestra	69
3.2.1.	Población	69
3.2.2.	Muestra	69
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	69
3.3.1.	Técnicas de recolección de datos	69
3.3.2.	Descripción de instrumentos de recolección de datos	69
3.4.	Técnicas para el procesamiento de la información	69

### **CAPITULO IV**

#### **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

4.1.	Presentación y análisis de resultados	70
4.1.1.	Análisis de los resultados de los datos generales	71
4.1.2.	Análisis de los resultados de la variable cultura de emprendimiento	72

4.1.3.	Análisis de los resultados de la variable competitividad para los negocios	76
4.2.	Contrastación de hipótesis	82
4.2.1.	Contrastación de la hipótesis general	82
4.2.2.	Contrastación de la hipótesis específica 1	84
4.2.3.	Contrastación de la hipótesis específica 2	86
4.2.4	Contrastación de la hipótesis específica 3	88
<b>CAPITULO V</b>		
<b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>		
5.1	Discusión de resultados	91
<b>CAPITULO VI</b>		
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>		
6.1	Conclusiones	94
6.2	Recomendaciones	95
<b>CAPÍTULO VII</b>		
<b>FUENTES DE INFORMACION</b>		
7.1.	Fuentes de información bibliográficas	97
7.2.	Fuentes de información electrónicas	101
<b>ANEXO</b>		
	Anexo N° 01: Cuestionario para medir cultura de emprendimiento	106
	Anexo N° 02: Cuestionario para medir competitividad para los negocios	109

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cantidad de estudiantes del X ciclo de Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática.....	18
Tabla 2: Características de los emprendedores .....	36
Tabla 3: Sexo de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática.....	<u>71</u>
Tabla 4: Escuelas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática.....	71
Tabla 5: Cultura del emprendimiento .....	72
Tabla 6: Conocimiento sobre el emprendimiento .....	73
Tabla 7: Actitud emprendedora	74
Tabla 8: Práctica de los valores del emprendimiento	75
Tabla 9: Competitividad para los negocios	76
Tabla 10: Competitividad en gestión de marketing y ventas	77
Tabla 11: Competitividad en gestión financiera	78
Tabla 12: Competitividad en gestión logística	79
Tabla 13: Competitividad en gestión de procesos de producción	80
Tabla 14: Competitividad en gestión RR.HH.	81
Tabla 15: Correlación entre las variables cultura del emprendimiento y la competitividad para los negocios	83
Tabla 16: Correlación entre la dimensión conocimiento sobre emprendimiento y la variable competitividad para los negocios.	84
Tabla 17: Correlación entre la dimensión actitud emprendedora y la variable competitividad para los negocios.	86
Tabla 18: Correlación entre la dimensión práctica de los valores del emprendimiento y la variable competitividad para los negocios.	88

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática	71
Figura 2: Escuelas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática	72
Figura 3: Cultura del emprendimiento	73
Figura 4: Conocimiento sobre el emprendimiento	74
Figura 5: Actitud emprendedora	75
Figura 6: Práctica de los valores del emprendimiento	76
Figura 7: Competitividad para los negocios	77
Figura 8: Competitividad en gestión de marketing y ventas	78
Figura 9: Competitividad en gestión financiera	79
Figura 10: Competitividad en gestión logística	80
Figura 11: Competitividad en gestión de procesos de producción	81
Figura 12: Competitividad en gestión RR.HH.	82
Figura 13: Correlación entre las variables cultura del emprendimiento y la competitividad para los negocios	83
Figura 14: Correlación entre la dimensión conocimiento sobre emprendimiento y la variable competitividad para los negocios.	85
Figura 15: Correlación entre la dimensión actitud emprendedora y la variable competitividad para los negocios.	87
Figura 16: Correlación entre la dimensión práctica de los valores del emprendimiento y la variable competitividad para los negocios.	89

## RESUMEN

En este caso, la investigación llevada a cabo, tuvo el objetivo general o principal de determinar de qué manera la cultura de emprendimiento influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

Para la presente investigación según los tipos de investigación, de acuerdo al tipo de aporte al conocimiento, la presente investigación es aplicada y de acuerdo al nivel o alcance, es explicativa. Se utilizó el diseño no experimental. La recopilación de datos se hizo mediante dos cuestionarios de encuesta, uno para la variable cultura del emprendimiento y el otro para la variable competitividad para los negocios. Los cuestionarios fueron aplicados a 79 estudiantes, utilizando la herramienta Formularios de Google.

El coeficiente de Alpha de Cronbach de 0.93 que corresponde a la variable cultura de emprendimiento y 0.928 para la variable competitividad para los negocios, demuestran la alta confiabilidad de los cuestionarios utilizados.

Se utilizó el programa SPSS versión 25, para procesar los datos, elaborar las tablas de frecuencias y para comprobar las hipótesis de la investigación se aplicó la prueba estadística de Rho de Spearman.

Se determinó de los 79 estudiantes encuestados, el 17.7% tienen poca cultura de emprendimiento, 27.8% un poco más de cultura de emprendimiento y 45.6% amplia cultura de emprendimiento, este resultado me permite señalar que el 54.5% de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática tienen amplia y muy amplia cultura de emprendimiento.

Lo antes señalado y más la prueba estadística correspondiente, permite afirmar que a mayor cultura de emprendimiento mayor competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

**Palabras claves:** Cultura del emprendimiento, competitividad para los negocios.

## ABSTRACT

The research carried out had the general or main objective of determining how the culture of entrepreneurship influences the competitiveness for business of the students of the X cycle in the Faculty of Industrial Engineering, Systems and Informatics of the National University José Faustino Sánchez Carrión, year 2019.

For the present research according to the types of research, it is applied and according to the level or scope, it is explanatory. The non-experimental design was used. Data collection was done through two survey questionnaires, one for the culture variable of entrepreneurship and the other for the variable competitiveness for business. The questionnaires were applied to 79 students, using the Google Forms tool.

Cronbach's Alpha coefficient of 0.93, which corresponds to the entrepreneurial culture variable, and 0.928 for the competitiveness for business variable, demonstrates the high reliability of the questionnaires used.

The SPSS version 25 program was used to process the data, elaborate the frequency tables and to test the hypotheses of the research, Spearman's Rho statistical test was applied.

It was determined of the 79 students surveyed, 17.7% have little culture of entrepreneurship, 27.8% a little more culture of entrepreneurship and 45.6% broad culture of entrepreneurship, this result allows me to point out that 54.5% of the students of the Faculty of Industrial Engineering Systems and Informatics have a wide and very broad culture of entrepreneurship.

The aforementioned and more the corresponding statistical test, allows us to affirm that the greater the culture of entrepreneurship, the greater the competitiveness for the businesses of the students of the X cycle in the Faculty of Industrial Engineering, Systems and Informatics of the National University José Faustino Sánchez Carrión, year 2019.

Keywords: Culture of entrepreneurship, competitiveness for business

## INTRODUCCION

La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, debe desarrollar una cultura del emprendimiento en base a los principios como: "...calidad académica, espíritu crítico y de investigación, mejoramiento continuo de la calidad académica, creatividad e innovación, ética pública y profesional". Art. N° 05 de la Ley Universitaria N°30220. En ese sentido, la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática, debe: "Formar profesionales de alta calidad de manera integral y con pleno sentido de responsabilidad social de acuerdo a las necesidades del país". Art. N°06. Inciso 6.2. Ley Universitaria N°30220.

La Universidad con sus principios y fines cumple un papel muy importante en la transferencia del conocimiento a la sociedad, mediante la formación de profesionales competentes, con cultura de emprendimiento (manera de pensar y actuar) y capaces de generar desarrollo económico y social en el país; y en una relación causa y efecto este pueda ingresar a la modernidad y competitividad.

La Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática tiene deficiencias de laboratorios, falta de control en el cumplimiento del desarrollo de planes de estudio, falta de acercamiento de los alumnos a la empresa, hechos que se detallan en la descripción de la realidad problemática; entonces no ha estado cumpliendo tales principios y fines, de tal manera que influye de manera negativa en las variables cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios de sus profesionales egresados. Entonces, después de las consideraciones anteriores me lleva a desarrollar el presente estudio de investigación para la demostración de tales afirmaciones con respecto a las dos variables en estudio, mediante la aplicación de los instrumentos, la recolección de datos, el procesamiento e interpretación de los mismos y la contrastación de las hipótesis.

El presente estudio de investigación contiene seis capítulos. El capítulo I, sobre el planteamiento del problema, conformado por la descripción de la realidad problemática, formulación del problema, objetivos de la investigación, justificación de la investigación, delimitaciones del estudio y viabilidad del estudio.

El capítulo II, sobre el marco teórico, se desarrolla los antecedentes de la investigación, que son resúmenes de investigaciones relacionadas con la variable cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios, síntesis de las bases teóricas de dichas variables, definición de términos básicos, formulación de las hipótesis y el cuadro de operacionalización de las variables.

El capítulo III, sobre la metodología, señala el tipo y diseño de la investigación, precisa tamaño de la muestra y población, finalmente señala, las técnicas de recolección y procesamiento de datos.

El capítulo IV, sobre la presentación y análisis de resultados, mediante tablas y gráficos, se presenta y analiza los resultados de la investigación por cada variable con sus respectivas dimensiones, finalmente, se contrasta las hipótesis.

En el capítulo V, se desarrolla la discusión de los resultados, sobre la base de un análisis comparativo entre los hallazgos de la presente investigación y de los hallazgos de las investigaciones consideradas como antecedentes.

Finalmente, en el presente estudio de investigación, en el capítulo VI, se presentan las conclusiones y recomendaciones que de llevarlas a cabo contribuirá a formar profesionales de alta calidad con amplia cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios.

**EL AUTOR**



## CAPITULO I

### Planteamiento del problema

#### 1.1. Descripción de la realidad problemática

La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión con sus trece Facultades y veinte seis carreras universitarias, entre las que se ofrecen catorce licenciaturas y doce ingenierías, debe desarrollar una cultura del emprendimiento en base a los principios como: "...calidad académica, espíritu crítico y de investigación, mejoramiento continuo de la calidad académica, creatividad e innovación, ética pública y profesional". Art. N° 05 de la Ley Universitaria N°30220.

En ese sentido, la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática integrada por cuatro carreras profesionales (ingeniería industrial, ingeniería de sistemas, ingeniería informática, ingeniería electrónica), de las que egresan un promedio de 240 alumnos por año, debe: "Formar profesionales de alta calidad de manera integral y con pleno sentido de responsabilidad social de acuerdo a las necesidades del país". Art. N°06. Inciso 6.2. Ley Universitaria N°30220.

La Universidad con sus principios y fines cumple un papel muy importante en la transferencia del conocimiento a la sociedad, mediante la formación de profesionales competentes, con cultura de emprendimiento (manera de pensar y actuar) y capaces de generar desarrollo económico y social en el país; y en una relación causa y efecto este pueda ingresar a la modernidad y competitividad. Sin embargo, la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática tiene deficiencias de laboratorios, falta de control en el cumplimiento del desarrollo de planes de estudio, falta de acercamiento de los alumnos a la empresa; entonces no ha estado cumpliendo tales principios y fines, de tal manera que influye de manera negativa en las variables cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios de sus profesionales egresados.

En cuanto a la variable cultura del emprendimiento, en la Facultad de Ingeniería, Sistemas e Informática, es frecuente observar los siguientes hechos negativos:

- a) Poco interés por la calidad académica.
- b) Bajo espíritu crítico y de investigación.
- c) Sin mejoramiento continuo de la calidad académica.
- d) Desconocimiento sobre creatividad e innovación.
- e) Poco interés en la ética pública y profesional.
- f) Poca inducción de parte de los docentes a los estudiantes con respecto al emprendimiento empresarial.
- g) Poca cultura de emprendimiento en los estudiantes del X ciclo.

Con respecto a la variable competitividad para los negocios en la aludida Facultad, se evidencian las siguientes situaciones negativas:

- a) Deficiencia en la transferencia de conocimientos sobre temas relacionados a los negocios.
- b) Personal docente poco comprometido con la formación de profesionales orientados a los negocios.
- c) Deficiencia en realizar y promover la investigación científica, tecnológica, humanística, y empresarial.
- d) Deficiencia al promover el desarrollo humano con orientación hacia autoempleo.
- e) Deficiencia al servir a la comunidad y al desarrollo integral, vía nuevos emprendimientos empresariales.

De persistir los hechos o situaciones negativas antes detalladas relacionadas con las dos variables de estudio, la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática se verá seriamente perjudicada con los siguientes efectos:

- a) Disminuirá la cantidad de profesionales con visión para los negocios.
- b) Disminución de la calidad de profesionales con cultura de emprendimiento empresarial.
- c) Se reducirá la cantidad de investigación científica y tecnológica, orientada a la gestión de negocios.
- d) Muchas limitaciones de los egresados para incursionar en el emprendimiento empresarial.

- e) Disminuirá considerablemente la probabilidad de contribuir al desarrollo de la comunidad y el desarrollo integral, vía creación de nuevas empresas y la consiguiente generación de puestos de trabajo.

Ante los efectos negativos antes especificados, con el propósito de evitarlos, los directivos de la mencionada Facultad, previo análisis y evaluación deben decidir y poner en práctica las siguientes acciones:

- a) Promover el mayor acercamiento de los alumnos a las fuentes de información sobre cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios.
- b) Mejorar la calidad de los estudiantes a través de cambios y mejora continua en los planes de estudio curriculares de las especialidades, con respecto a la cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios.
- c) Promover el compromiso de las autoridades en la compra e implementación de laboratorios a fin de mejorar la cantidad de investigación científica y tecnológica de los estudiantes para los negocios.
- d) Aprovechar el potencial de cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios de los docentes y promover en los estudiantes la investigación científica, tecnológica, humanística y sobre negocios.

## **1.2. Formulación de problemas**

### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera la cultura del emprendimiento influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- a) ¿Cómo el conocimiento sobre emprendimiento incide en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, periodo 2019?

- b) ¿De qué modo la actitud emprendedora que poseen repercute en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019?
- c) ¿De qué manera la formación en valores influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Carrión, periodo 2019?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar de qué manera la cultura de emprendimiento influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- a) Conocer como el conocimiento sobre emprendimiento incide en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, periodo 2019.
- b) Comprobar de qué modo la actitud emprendedora que poseen repercute en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.
- c) Determinar de qué manera la formación en valores influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, periodo 2019.

### **1.4. Justificación de la investigación**

Considerando que la cultura de emprendimiento en el recurso humano con su actitud y aptitud, es el elemento inductor en la competitividad para los negocios o en la

creación de riqueza y valor agregado, en el cumplimiento de nuevos retos y proyectos para la empresa, la economía y la sociedad; sin embargo es necesario que el emprendedor aproveche oportunidades, este dotado de una visión integral, liderazgo y gestión de riesgo calculado. Entonces, como factor impulsor o condicionante, repercute directamente en la competitividad para los negocios de los egresados de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática.

La Facultad, en estos últimos años, tiene un gran reto, que es acreditar sus especialidades, considerando como una de sus fortalezas la promoción de la cultura del emprendimiento y la competitividad para los negocios entre sus estudiantes e incluso los docentes.

En consecuencia, ante la problemática brevemente descrita, se hace necesario planificar y ejecutar una investigación, cuyas justificaciones principales son las siguientes:

1. **Justificación teórica** La presente investigación se justificara a través de un marco teórico, la que permitirá tomar conocimientos, analizarlos y sintetizarlos, para encontrar la relación entre las variables cultura de emprendimiento y competitividad para los negocios; los mismos que servirán de base para la hipótesis general de la investigación que señala la relación de causalidad entre las variables.
2. **Justificación metodológica:** El estudio se justifica también a través de una metodología, que resultara luego de elaborar el marco teórico y que permitirá diseñar y modelar la relación que existe entre la cultura emprendedora y su competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo de la Facultad de ingeniería industrial sistemas e informática.
3. **Justificación práctica:** Finalmente el presente estudio, hará recomendaciones, las mismas que motivadas a través de las expectativas de la investigación, se espera que se lleven a cabo y mejoren la cultura de emprendimiento en la competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo; tal como se mencionó en el ítem anterior.

## 1.5. Delimitaciones del estudio

### 1.5.1. Delimitación Espacial

La investigación se realizará en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, que se encuentra ubicado en la ciudad de Huacho, Provincia de Huaura, departamento de Lima. Cabe precisar que la Facultad está constituida por cuatro especialidades: Ingeniería Industrial, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Informática e Ingeniería Electrónica.

### 1.5.2. Delimitación Temporal

La investigación a realizar corresponde al periodo 2019.

### 1.5.3. Delimitación Social

La investigación se llevará a cabo en el contexto social integrado por 29 alumnos por Escuela Profesional del X ciclo egresando de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática, tal como lo señalo en la Tabla 1.

**Tabla 1: Cantidad de estudiantes del X ciclo de Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática**

Escuela de Ingeniería	Ciclo de estudio			Total
	2016-II	2017-II	2018-II	
Electrónica			26	26
Sistemas			27	27
Industrial	35			35
Informática		29		29
Total por ciclo				117
Promedio por Escuela				29

**Nota:** Elaboración propia

### 1.5.4. Delimitación Conceptual

#### **Cultura de emprendimiento**

Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres, normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social,

los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización; pensando, razonando y actuando centrado en las oportunidades planteadas con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Ley 1014 del 2006, art. 1°). La ley se trata del fomento a la cultura del emprendimiento, que dispone el congreso de la república de Colombia.

### **Competitividad para los negocios**

En base a Porter, la competitividad para los negocios es la capacidad para hacer que los negocios se sostengan y crezcan en el mercado, generando mejor nivel de vida tanto al interno del negocio como a su entorno a través de mayor rentabilidad, sin embargo para que esto ocurra el único camino es generar mayor productividad del mismo; tal como lo señala a continuación:

Porter (1990), define la competitividad como “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad”.

### **1.6. Viabilidad del estudio**

La realización de la presente investigación es viable, por cuanto se tiene los conocimientos teóricos, la experiencia, los medios técnicos y los recursos económicos necesarios. Así mismo, está asegurado el acceso a la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática, y a otras fuentes de información de carácter primario y secundario

## **CAPITULO II**

### **Marco teórico**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

- Callejón, M. & Castany, L. (2008), según el artículo, investigaron “*Iniciativa Emprendedora, innovación y competitividad*”, en Barcelona- España. El objetivo

del estudio fue de analizar la relación de la iniciativa emprendedora y la mejora de la productividad y competitividad de las empresas, en una economía que necesita de empresas basadas en el conocimiento y que crezcan rápido con una estructura productiva intensiva en tecnología y que ante problemas en el mercado se expongan programas de política industrial. El estudio concluye que la iniciativa emprendedora influye para importantes cambios en el sector productivo Español; sin embargo este no avanza en la competitividad en el exterior por reducido tamaño, ya que no cumple lo que necesita la economía española.

- Orozco, J. A & Arraut, L. C. (2010), investigaron la tesis doctoral *“El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia”*. El objetivo de la investigación fue poner en contexto el emprendimiento generando estrategia en la mejora de la competitividad global del territorio del Caribe. La investigación fue de tipo descriptivo, que relaciona el emprendimiento y su relación con el ecosistema desde el lado del desarrollo económico.

Con respecto a los instrumentos de recopilación de datos, las pruebas empíricas de las relaciones en el modelo requieren de cuatro principales acciones de recolección de información: encuesta a la población adulta, entrevistas no estructuradas con expertos, encuestas a expertos y documentos con mediciones relevantes de información nacional (Reynolds, et al., 2005).

Sus conclusiones son las siguientes:

1. En la región del Caribe, las políticas y programas públicos son insuficientes para el emprendedor.
2. El financiamiento es débil para fomentar y fortalecer las nuevas empresas, es necesario promover mecanismos de financiamiento, por encima del sistema bancario.
3. La formación universitaria y continua son factores importantes para la formalización de nuevas empresas.



4. Los emprendedores son aceptados en la sociedad, permitiéndoles ofertar bienes y servicios, dada la confianza del consumidor.
- Sparano, H. (2014), según el artículo, desarrolló la investigación “*Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos*”, en Colombia, respaldada por Universidad Complutense de Madrid. El objetivo del estudio fue mostrar actividades de emprendimiento en los países de América Latina, y su impacto en la gestión de proyectos a través de estudios centrados en divulgar la facilidad de crear empresas, de mostrar barreras a la libre creación de empresas, de comparar factores macro de competitividad; de importante alcance a personas emprendedoras de países de América Latina que han causado importante impacto en emprendimientos, estudios que no solo muestra el emprendimiento frente al entorno, a la creación de nuevas empresas y generación de empleos, sino también al impacto frente a la gestión de proyectos y el desarrollo de la Región. El autor concluye lo siguiente:
    1. El emprendimiento se ha desarrollado a partir de la idea de hacer un negocio.
    2. El emprendimiento dura muy poco para ciertos grupos.
    3. Finalmente, el emprendimiento en América latina se da para emprendedores con actitud, innovadores y eficientes en el manejo de recursos, que constituyen una fortaleza en la gestión de proyectos y desarrollo de la región.
  - Hernández, C. & Arano, R. (2015), según el artículo, estudiaron “*El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial*”, en México. El objetivo del estudio fue de promover el desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. La investigación muestra información de desempleo en el país, donde se ven afectados los jóvenes recién egresados, también se menciona el esfuerzo del gobierno y organismos independientes en incentivar a los universitarios la visión empresarial. Los autores concluyen lo siguiente:

1. La importancia del desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios para generar empleo, crecimiento económico e innovación.
  2. Define a la cultura emprendedora como una forma de pensar, razonar y actuar en busca de una oportunidad de negocio que resulte la creación, mejora, realización y renovación de valor económico, social para la empresa y todo lo vinculado a ello como empleados, clientes, proveedores y sociedad en su conjunto.
  3. El negocio fortalecido genera oportunidad de trabajo al personal empleado de la empresa, crecimiento en el proveedor y generación de riqueza finalmente.
- Vallmitjana N. (2015), desarrolló la investigación de tesis doctoral *“La actividad emprendedora de los graduados IQS”*, en Barcelona-España, respaldada por la institución INSTITUT QUÍMIC DE SARRIÀ. Su objetivo fue La evaluación del emprendimiento de los graduados IQS. Según el análisis del estudio concluye que el número de emprendedores graduados del Instituto es importante creando empresas con características propias del entorno, respondiendo a cualidades que se derivan de la actuación del IQS.

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

- Julca, E. (2011), investigaron la tesis doctoral *“Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)”*, respaldada por la Universidad de Salamanca, España. El objetivo de la investigación es de establecer las características más relevantes de emprendimiento empresarial, presentes en los alumnos.

Una conclusión importante del estudio es que el emprendimiento empresarial es una competencia que se ubica dentro de la formación profesional y que en el caso de universidades permite aportar profesionales con iniciativas de constituir empresas, concretando ideas de crear empresas, aprovechando oportunidades de negocios.

- Serida, J. Nakamatsu, K. Borda, A. & Morales, O. (2013), según el artículo estudiaron “*GEM: global entrepreneurship monitor. Perú 2012*”, en Lima, respaldada por la Universidad ESAN. El estudio plantea el objetivo de analizar el desarrollo de emprendimientos en el Perú.

A continuación, se detallan las conclusiones de la investigación.

1. Las condiciones de infraestructura, normas sociales-culturales y educación emprendedora en la universidad afectan el emprendimiento.
  2. Las condiciones del nivel de investigación y desarrollo, educación emprendedora en el nivel primario y secundario, regulaciones tributarias y administrativas no afectan el emprendimiento.
  3. Las condiciones del clima económico, apoyo social al emprendedor, mayor acceso financiero a las pymes, son los que más estimulan al emprendimiento.
  4. Las políticas gubernamentales, el aspecto educativo, y la falta de financiamientos, son las condiciones que más limitan al emprendimiento.
- Zorrilla, D. (2013), desarrolló el estudio de investigación de maestría “*Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de inpet (2007-2009)*”, en Lima, respaldada por la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo del estudio fue de identificar los factores que contribuyeron a la sostenibilidad del micro emprendimiento juvenil, en el Programa de Empleo Juvenil del INPET en el distrito de San Juan de Lurigancho. En el diseño se utilizó cuestionario, entrevista semiestructurada, revisión documental. Las conclusiones la investigación son las siguientes:
    1. Con un perfil emprendedor del joven y orientado al mercado, junto al desarrollo de competencias emprendedoras personales, sostienen el emprendimiento, forjando actitud emprendedora.
    2. El proyecto mejoro al joven emprendedor, a su negocio y entorno.

3. El proyecto apporto hallazgos para incluir el emprendimiento juvenil a las Mypes en una Política de Estado.
  4. Es necesario estrategias que en una política de estado apoyen iniciativas empresariales juveniles que fortalezcan su actitud.
- Montoya, C. Noriega, H. Sánchez, R. & Urbina, F. (2016), investigaron el *“Proyecto de escuela de coaching para emprendedores como actores principales del desarrollo de la economía nacional”*, en Lima y respaldada por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El objetivo del estudio fue de implementar un proyecto de escuela de coaching para emprendedores y lograr potenciar las competencias (aprendizaje, actitudes y habilidades) de los emprendedores como actores principales del desarrollo de la economía nacional. Los autores concluyen lo siguiente:
    1. Es necesario una Escuela de emprendedores, con malla curricular y metodología innovadora.
    2. El emprendedor en formación y el que desconoce sus potencialidades conforman el mercado potencial.
    3. Existe entusiasmo del emprendedor al implementar la Escuela generando impacto en su aprendizaje.
    4. El inversionista es mas considerado en el país, y se deja de lado al emprendedor como fuente de desarrollo de ideas.
    5. La Escuela permitirá poner en practica conocimientos que el emprendedor no pudo poner en práctica en otras organizaciones.
    6. Las competencias de los emprendedores son potenciadas con el establecimiento y aplicación de estrategias en las enseñanzas y un seguimiento en la Escuela.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Bases teóricas de la variable cultura del emprendimiento**

#### **2.2.1.1. Definiciones de cultura del emprendimiento**

Aguirre (2017), considera que “La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad”. (p. 01)

Gartner (1985), considera que “La cultura del emprendimiento es la creación de nuevas empresas”. (p. 17)

Belalcázar, A. (2013), señala que según la ley 1014 de 2006, art.1° del Congreso de Colombia en el año 2006, “La cultura de emprendimiento es entendida como un conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización”. (p. 315)

Hidalgo, L. (2014), resume que “La cultura del emprendimiento es el entorno cultural que favorece el desarrollo de proyectos emprendedores, entendidos como procesos de fundación de actividades, proyectos, empresas lucrativas o no, de índole económica, social, política, o también se refiere a renovación o reingenierías de procesos existentes”.(p. 46)

Con base a las definiciones que anteceden se puede afirmar que la cultura del emprendimiento es una manera de aptitud (conocimiento) y actitud (conducta), dado por valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres, normas; que forman un patrón de comportamiento colectivo y surgen de la interrelación social, dado por el entorno cultural. Todo esto con el fin de crear riqueza, formar nuevas empresas, o crear valor para beneficio del emprendedor, empresa, economía y la sociedad; aprovechando oportunidades, con un liderazgo equilibrado, visión global y gestión de riesgo calculado.

### **2.2.1.2. Importancia de la cultura de emprendimiento**

La cultura de emprendimiento es muy importante para el emprendedor, por las siguientes razones:

- a) El emprendedor, tiene la capacidad de movilizar recurso de baja a alta productividad.
- b) La cultura de emprendimiento hace que el emprendedor obtenga “espíritu emprendedor” con iniciativas de proyectos y negocios, visión empresarial, investigación, esfuerzo y compromiso; convirtiéndose en pilar importante para que la empresa crezca.
- c) Tiene que estar en la mente del emprendedor a través de un proceso interno que realiza en su mente ocasionándole la decisión de emprender, influenciado por factores internos (variables del individuo que determinan el comportamiento, proceso mental, conocimientos, habilidades, herramientas, destrezas, etc.) y externos.

Formichella (2004), cita a Say quien en el año 1803; respalda la primera razón antes mencionada cuando afirma que:

“El “emprendedor” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Say rescata el hecho de que el éxito del empresario no sólo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad”.

Formichella (2004), cita a Pinchot quien en el año 1999; respalda la segunda razón antes mencionada cuando:

“Utiliza el termino intrapreneurship para aludir al “espíritu empresarial” y hace referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas”.

Según él, el espíritu del emprendedor dentro de la empresa, hace que se genere ideas que se harán realidad con visión empresarial, esfuerzo, compromiso e investigación, de tal manera que la empresa crezca.

Bolaños (2006), finalmente respalda la tercera razón antes mencionada cuando afirma que “la decisión de emprender es un proceso interno que el emprendedor realiza en su mente”.

Hidalgo, L. (2014), en la conclusión de su investigación señala que “la experiencia internacional muestra que países que han atravesado graves depresiones económicas (EE.UU) han logrado salir adelante mediante el fomento de la cultura de emprendimiento”. (p. 50).

Hornaday (1992), sostiene: “La actitud emprendedora tiene mucha importancia para el crecimiento y desarrollo económico de un país, lo que lo hace un tema de sumo interés, en tanto es un factor importante para el éxito de las economías capitalistas”.

Duarte (2013), afirma que: “El espíritu emprendedor es transversal a toda iniciativa tanto de orden económico como social y cultural. Se podría decir que el progreso de los países desarrollados se debe a que han apostado a estos tres ámbitos para mejorar el crecimiento socioeconómico de sus naciones. En este sentido, la ciencia tiene –como se ha venido diciendo- un papel fundamental dentro del crecimiento de un país”.

### **2.2.1.3. Dimensiones de la cultura de emprendimiento**

En la presente investigación, la variable cultura de emprendimiento es importante que esté en la mente del individuo tal como se señaló en el ítem anterior y tiene como dimensiones: conocimiento sobre emprendimiento, actitud emprendedora y formación en valores sobre emprendimiento.

#### **Dimensión conocimiento sobre emprendimiento**

La dimensión conocimiento sobre emprendimiento, (Bolaños, 2006), está determinado por variables del individuo, que forman parte de un proceso en su mente y que genera la decisión de emprender.

#### **Dimensión actitud emprendedora**

Tal como se mencionó en la definición de cultura de emprendimiento, esta variable en el emprendedor, puede generar la creación de nuevas empresas, para ello el individuo debe tener un perfil; tal como se señala a continuación:

Gartner (1985), con respecto a la dimensión actitud emprendedora plantea que:

“La creación de nuevas empresas es un fenómeno multidimensional, cada variable describe sólo una dimensión y no debe ser tomada de forma aislada”.

El autor presenta un listado de las variables del marco conceptual que corresponden a las cuatro dimensiones: individuo, entorno, proceso y organización.

### **Dimensión formación en valores sobre emprendimiento**

Con respecto a la dimensión formación en valores sobre emprendimiento, es importante la forma de pensar del emprendedor frente al emprendimiento, que generara acciones para el desarrollo y crecimiento, tal como se señala a continuación:

Cardona, Vera, Tabares (2008), frente a la dimensión formación en valores sobre emprendimiento, sostiene que:

“La capacidad de emprendimiento de un territorio no se relaciona exclusivamente con la creación de empresas, sino con la actitud hacia la transformación, con las formas de pensar y con las acciones de las personas encaminadas al desarrollo y crecimiento”.

Continúa señalando, que para que un territorio se desarrolle en función a un emprendimiento, es necesario:

- a) Conocer, analizar y rescatar las fortalezas del territorio que den fuerza a las capacidades emprendedoras de sus integrantes.
- b) Crear el escenario para que se desarrolle las ideas de sus emprendedores, mediante políticas de diseño y ejecución de programas para el desarrollo local.

#### **2.2.1.4. Indicadores de la variable de la cultura de emprendimiento**

La variable cultura de emprendimiento, tiene tres dimensiones y cada una está conformada por indicadores, tal como se señala a continuación:

#### **Indicadores de la dimensión conocimiento sobre emprendimiento**

Los indicadores para medir la dimensión conocimiento sobre emprendimiento son: diagnóstico de negocios con visión global, elaboración de proyectos de inversión de negocios, proceso de constitución de la empresa y trámite de formalización de la empresa.



## **Indicadores de la dimensión actitud emprendedora y formación en valores sobre emprendimiento**

Duarte (2013), señala a:

“Los indicadores generados para el análisis de los factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay, los cuales fueron producidos a través de los contenidos a que hacen referencias las preguntas agrupadas para cada dimensión que se está evaluando”. Por tanto, estas definiciones son una descripción de las preguntas agrupadas por dimensión.

En primer lugar, señala que son importantes los recursos económicos y materiales bien gestionados, darle el acceso y valor a la difusión y divulgación de la investigación. La formación y educación científica, políticas nacionales y intercambio científico entre la comunidad nacional e internacional influye en la producción científica nacional de Paraguay.

*En segundo lugar, la capacidad de autogestión de recursos económicos y materiales, reconocimiento de medios de difusión y divulgación, valoración de la formación y educación científica, intercambio entre comunidades, son factores internos que influyen en la producción científica en Paraguay.*

*En tercer lugar, el nivel de conocimientos, contactos, formación académica, respaldo de sus pares y políticas estatales sobre promoción científica, incentivos económicos y estabilidad laboral, son factores que determinan la actitud emprendedora investigativa de un científico en Paraguay. Asimismo, la edad del científico, personalidad, infraestructura disponible para investigar, medios de difusión y divulgación científica, interés por conocer más y aportar a su país, interés de aumentar el prestigio del emprendedor, son factores que determinan la actitud emprendedora y investigativa de un científico en el Paraguay.*

De acuerdo a lo señalado anteriormente la actitud emprendedora está determinado por factores internos en el emprendedor, (Sánchez, 2013), subdivide las características de los emprendedores, encontrándose indicadores para la dimensión actitud emprendedora como: necesidad de desarrollo personal, creatividad imaginación e innovación, capacidad de decisión a tomar riesgos; asimismo señala

los indicadores de la dimensión formación de valores sobre emprendimiento: liderazgo, honestidad integridad y confianza, compromiso total, responsabilidad personal, perseverancia.

#### **2.2.1.5. Medición de la variable de la cultura de emprendimiento**

La cultura de emprendimiento, necesario para ser exitoso en la creación de nuevos negocios, se encuentra en el emprendedor, entonces para medir esta variable es necesario determinar dimensiones, tal como se señaló en el ítem anterior, y que este se encuentra en el perfil del emprendedor, que consiste en atributos personales o características del emprendedor, tal como se describe a continuación:

Bygrave & Hofer (2004), considera que:

“El ser emprendedor, se considera fundamental la comprensión de los atributos personales o características más comunes en las personas que han logrado iniciar y ser exitosos en la creación de nuevos negocios, lo que diferentes investigaciones han planteado como el perfil del emprendedor”.

Sánchez (2013), precisa:

“Las características de los emprendedores en cinco categorías, sobre la base de los estudios de numerosos autores, entre los cuales se puede mencionar a Timmons, Lucas, Grabinsky March, Hisrich, Stevenson, Jarillo, Varela, Moreland, citados por (Bello, 2006) entre otros. Estas categorías son: factores motivacionales, características intelectuales, características personales, características físicas y competencias”.

En la Tabla N° 2 se indica cómo han ido evolucionando las características de los emprendedores, que han servido de base para el cuadro de operacionalización de variables.

#### **2.2.1.6. Factores de la variable de la cultura de emprendimiento**

Los factores de la cultura de emprendimiento, van a influir en el emprendedor al tomar la decisión de emprender, estos factores pueden ser internos o externos y están relacionados con la disponibilidad de recursos, capacidad y experiencia del emprendedor, así como el apoyo económico al emprendimiento; tal como lo señalan los siguientes autores:

Cardona, Vera, Tabares (2008), sostienen que:

“Haciendo un paralelo entre las dimensiones planteadas por Gartner y los factores tanto internos como externos identificados por Bolaños resulta que los factores internos representan las dimensiones del individuo; y los factores externos están relacionados directamente con el entorno, donde las dimensiones proceso y organización son las interfaces entre los factores externos e internos”. También señala que identificar los factores del emprendimiento de la Región favorece en el crecimiento de empresas existentes y desarrollo de nuevas empresas.

**Tabla 2: Características de los emprendedores**

Factores	Indicadores	Factores que más se repiten hasta década 90	De 1996 hasta 2006	Recopilación de Moreland (citado en Bello, 2006 en adelante),
Factores Motivacionales	Necesidad de logro; necesidad de aprobación; necesidad de desarrollo personal; percepción del beneficio económico; baja necesidad de poder y estatus; necesidad de independencia; necesidad de cumplimiento y necesidad de escape.	Necesidad de Logro	Necesidad de logro	Voluntad para esforzarse en ser Exitoso
Características Intelectuales	Versatilidad y flexibilidad; creatividad, imaginación e innovación; búsqueda de la verdad; planificación y seguimiento sistemático; capacidad de reflexión y de análisis del ambiente; visión comprensiva de los problemas; capacidad de solución de tiempo; problemas y de planificación con límite de tiempo.	Creatividad, imaginación e innovación	Versatilidad y flexibilidad; creatividad, imaginación e Innovación.	Sólida formación en valores como honestidad, responsabilidad para el cumplimiento y conducta ética. Necesidad de actuar con independencia, aptitud para aprender de los fracasos.
Características personales	Ingenio; toma de iniciativa; capacidad de decisión; acepta riesgos moderados; orientado hacia la oportunidad; estabilidad emocional y autocontrol; orientación hacia metas específicas; locus de control interno y autoconfianza; tolerancia hacia la ambigüedad, presión e incertidumbre; receptividad en las relaciones sociales;	Toma de iniciativa; acepta riesgos moderados	Acepta riesgos moderados; orientado a la oportunidad; Autoconfianza y locus de control interno;	Asumir compromisos para construir realidades. Disposición para Tomar riesgo. Satisfacción ante los logros.

	sentido de urgencia; honestidad integridad y confianza; perseverancia; compromiso total; responsabilidad personal ; optimismo, energía y capacidad para trabajar duro.		tolerancia hacia la ambigüedad, Presión e Incertidumbre.	
Competencias:	Liderazgo; conocimiento del negocio, Capacidad de conseguir recursos; gerente y Administrador de recursos; exigencias de Eficiencia y calidad; colaboración y Capacidad para crear y mantener redes de contacto; habilidades de comunicación.	Liderazgo y capacidad para conseguir	Liderazgo y Capacidad para conseguir recursos	Capacidad para Reconocer una Oportunidad.

**Fuente:** Sánchez (2013).

Bolaños (2006), sostiene una de las razones antes mencionada cuando afirma que:

“La decisión de emprender es un proceso interno que el emprendedor realiza en su mente. Este proceso se ve influenciado tanto por **factores internos:** variables del individuo que determinan el comportamiento, proceso mental, conocimientos, habilidades, herramientas y destrezas etc.; como por **factores externos:** Estado, las leyes, los tratados comerciales, incentivos fiscales, esquemas de financiamiento, recursos tecnológicos, humanos y financieros”.

Duarte (2013), sostiene que:

Los factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa científica del Paraguay son: a) Existe acuerdo entre los actores que el acceso a recursos, determinan la producción o influyen en la labor científica del país. b) La comunidad científica del país no gestiona bien sus propios recursos de investigación y de difusión. c) Las universidades y agencias estatales dan poco apoyo económico, de todos la formación científica sigue siendo el elemento clave para el desarrollo investigativo del país.

### **2.2.1.7. Efectos de la variable de la cultura de emprendimiento**

La cultura de emprendimiento que se encuentra en el emprendedor o empresario tiene dimensiones antes señaladas en el presente estudio de investigación y que le servirán para obtener beneficios, tales como:

1. Impacto en la vida del emprendedor; a través de capacidades para gestionar recursos humanos, procesos, ventas y rentabilidad en los negocios.
2. Impacto en la comunidad en la que habita; tal como lo señalan los siguientes autores:

Pickle y Abrahamson (1990), sostiene que “El empresario es un individuo que tiene una orientación gerencial, de crear una empresa, de innovar, tiene una ventaja comparativa en la toma de decisiones porque tendrá un mayor conocimiento sobre los acontecimientos y las oportunidades, es quien asume riesgos y obtiene beneficios”.

Formichella (2004), considera que “Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar uso diferente a algo ya existente y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la comunidad en la que habita”

Gartner (1989), precisa que “El emprendedor es suficientemente flexible como para adaptar ideas, posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento en una oportunidad. Se puede decir que un empresario puede y debe ser emprendedor pero no necesariamente un emprendedor es empresario”.

## **2.2.2. Competitividad para los negocios**

### **2.2.2.1. Definiciones de competitividad para los negocios**

Según Salim, L. & Carbajal, R. (2006) en su investigación “Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires”, cita en la página 9, las siguientes definiciones:

Con base en la European Management Fórum (1980), se puede señalar que la competitividad para los negocios es “Una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es entonces el mercado”.

Según Mathis y otros (1988), la competitividad para los negocios es “La aptitud para vender aquello que es producido”.

Según Haguenaer (1989) la competitividad para los negocios es “La capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo”.

Según Buckley y otros (1988) la competitividad para los negocios contempla “Tanto la eficiencia (alcanzar las metas al menor costo posible) como la efectividad (alcanzar los objetivos correctos), es la elección de las metas a nivel industria la que es crucial. La competitividad incluye tanto los fines como los medios utilizados para alcanzar esos fines”.

Según Chesnais (1981), la competitividad para los negocios es “La capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar la competencia a nivel mundial. Incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de las importaciones”.

Para World Economic Fórum (WEF, 1996), la competitividad para los negocios es “La habilidad de un país de alcanzar, en forma sostenida, altas tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita”.

Para Fagerberg (1988), la competitividad para los negocios es “La capacidad de un país de lograr objetivos fundamentales de la política económica, tales como el crecimiento en el ingreso y el empleo, sin incurrir en dificultades en la balanza de pagos”.

Según Fajnzylber (1988). “Desde una perspectiva de mediano y largo plazo, la competitividad es la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y, por ende, la incorporación de progreso técnico”.

Para la OCDE (1996). La competitividad para los negocios es “La habilidad de las firmas, industrias, regiones, naciones o regiones supra-nacionales de generar altos

niveles de empleo y de ingresos de los factores, mientras están expuestas a la competencia internacional”.

Según Cohen (1994), la competitividad de los negocios es “Una reconsideración de un gran conjunto de indicadores, ninguno de los cuales cuenta la historia total, sino que juntos proveen un foco de atención altamente legítimo”.

Para Scott y Lodge (1985), la competitividad para los negocios es “La habilidad de un país de crear, producir, distribuir y/o servir productos en el comercio internacional al mismo tiempo que gana retornos mayores sobre sus recursos”.

Según Porter (1990), la competitividad para los negocios es “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad”.

Siguiendo a Horta y Jung (2002), “la competitividad no es un estadio a alcanzar sino un proceso continuo de esfuerzos conjuntos, hacia la adquisición de atributos diferenciables en el que los resultados se obtienen a largo plazo”.

Con base a las definiciones que anteceden se puede afirmar que la competitividad para los negocios es la capacidad habilidosa para vender bienes y servicios con eficiencia(productividad), sostenerse e incrementar la participación en el mercado, generando mejor nivel de vida.

#### **2.2.2.2. Importancia de competitividad para los negocios**

La competitividad es importante porque establecen el éxito o fracaso de los negocios, le da capacidad al negocio para competir en el mercado con rentabilidad suficiente, creciente y sostenible. Importante también para la mejora de la productividad y de los ingresos reales del personal del negocio, contribuyendo a una mayor riqueza a los habitantes alrededor del negocio; tal como se señala a continuación.

Porter (1993), en su libro *La ventaja competitiva de las naciones*, plantea que:

“La estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad (es decir,

la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente) es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales”.

También considera que la rentabilidad del negocio debe ser suficiente, creciente y sostenida en el tiempo, debido a que todas las actividades no generan la misma rentabilidad en los negocios.

Así también que:

La competitividad son capacidades que un País, Estado, Región, o Empresa para producir bienes o servicios bajo condiciones de libre mercado y enfrentar la competencia del mercado global, mejorando a la vez los ingresos reales de su mano de obra y productividad del negocio.

Finalmente, que:

Países con mayor riqueza para sus habitantes y mayor bienestar general, son consecuencia de empresas competitivas generadoras de rentabilidad.

Una de las mayores contribuciones de Porter para la comprensión del fenómeno es el diamante de la competitividad.

### **2.2.2.3. Clases de competitividad para los negocios**

La competitividad para los negocios, la podemos ver en una empresa, un conjunto de empresas (industria) o en la nación como un todo; también en el precio por bajo costo, dado por la productividad y eficiencia o adelantos tecnológicos. También la podemos ver a la competitividad como resultante de las condiciones de variables macro que influyen en los costos de producción y precios de los factores, o si considera al capital humano esencial, invirtiendo y capacitándolo; tal como se señala a continuación:

1. Competitividad a nivel firma - industria – nación.

Chudnovsky y Porta (1990), “analiza y detalla la división de la competitividad en aquella referida a la firma o industria, y en aquella correspondiente a la nación como un todo”.



Report of the Select Committee of the House of Lords on Overseas Trade (1985), destaca como definicion microeconómica de competitividad que “la competitividad es sinónimo de la performance en términos de beneficios de una firma en el largo plazo y de su habilidad de compensar a sus empleados y de brindarle un retorno superior a sus dueños”.

Porter (1990), por ejemplo, afirma que “explicar la competitividad a nivel nacional es responder a una pregunta mal planteada. (...) Para encontrar respuestas debemos concentrar la atención no en el conjunto de la economía, sino en industrias y sectores industriales específicos”.

## 2. Competitividad amplia- restringida

IMD (2003), define con claridad la competitividad en sentido amplio y dice que “la competitividad de las naciones es el campo de la teoría económica que analiza los hechos y las políticas que le dan forma a la habilidad de una nación para crear y mantener un ambiente que sostiene una creación de valor más elevada para sus empresas y una mayor prosperidad para su población”.

## 3. Competitividad precio-tecnológica

Salim. L. & Carbajal, R. (2006) señala que “cuando la competitividad se basa en bajo costo, resultado de costo de los factores y de la productividad, entonces se llama competitividad precio, y cuando se basa en adelantos tecnológicos relacionados con la productividad y diferenciación de bienes y/o servicios se llama competitividad tecnológica”.

## 4. Competitividad espuria- autentica.

Los dos tipos de competitividad, se diferencian por los factores que la determinan y por sus resultados en el largo y corto plazo.

Fajnzylber (1988), aborda esta clase de Competitividad, y considera que:

“Competitividad genuina o auténtica a aquella que representa una mayor productividad, mayor eficiencia, una mejor calidad, una diferenciación del producto, un sistema de distribución más adecuado. Si el objetivo último

de la competitividad consiste en obtener mejoras en el nivel de vida de la población, sólo estas mejoras en la producción y distribución consiguen alcanzarlo en el largo plazo.

Ubfal (2004), argumenta que “el proceso que permite satisfacer los objetivos de mayor inserción internacional y mayor nivel de vida del país en forma concomitante no es automático, sino que requiere de un esfuerzo continuo de innovación y desarrollo de las fuentes auténticas”.

En contrario a la competitividad autentica, la competitividad espuria, utiliza instrumentos que no conllevan a una mejora en el largo plazo sino en el corto plazo, como ejemplo: el proteccionismo, los subsidios a las exportaciones, etc.

#### 5. Competitividad sistémica-no sistémica

Sánchez y Acosta (2001), mencionan otras visiones de competitividad no sistémica, sin embargo los asocia a algunos factores específicos:

- a) La macroeconómica, y su influencia en los costos de producción y los precios de los factores.
- b) La neo laboralista y la mano de obra calificada, asignándole un papel importante a la inversión y capacitación del capital humano.
- c) La neo institucionalista, y la gestión, innovación, capacitación y aprendizaje.

Esser y otros (1994), apuntan a una visión sistémica y dicen que “la competitividad industrial no surge espontáneamente al modificarse el contexto macro ni se crea recurriendo exclusivamente al espíritu de empresa a nivel micro. Es más bien el producto de un patrón de interacción compleja y dinámica entre el Estado, las empresas, las instituciones intermediarias y la capacidad organizativa de una sociedad”.

Cohen (1994), propone una visión sistémica donde “un sistema competitivo consta de cuatro niveles (micro, meso, macro y meta) que se combinan y potencian para aportar ventajas competitivas a una nación”.

## 6. Competitividad estática-dinámica

Pyke y Sengenberger (1992), llama a estos dos tipos de competitividad “la vía "baja" y la vía "alta" hacia la competitividad, respectivamente, difieren en que la primera pone el énfasis en la competencia de precios, basada en las dotaciones factoriales y sus costos relativos, mientras que la segunda lo ubica en la innovación”.

### 2.2.2.4. Dimensiones de competitividad para los negocios

Las dimensiones de la variable competitividad para los negocios está dado por:

- a) Recurso humano, con personas suficientemente capacitadas, entrenadas y equipadas, empoderadas y con liderazgo.
- b) Procesos internos en el negocio, innovados, con productividad y eficiencia.
- c) Clientes, comprando bienes o servicios con cero defectos.
- d) Rentabilidad del negocio, que se sostenga y crezca generando mayores beneficios a sus trabajadores y calidad de vida, repercutiendo en el entorno del negocio; tal como se señala a continuación:

#### 1. Competitividad sistémica

La competitividad (capacidad) para los negocios está comprendida por la interacción de negocios, sociedad, mercado, el estado e instituciones intermediarias; tal como lo describen y explican los siguientes autores:

Cabrera, M.A, López, L.P, & Ramirez M. C. (2011), señala en su estudio: “La competitividad debe ser comprendida necesariamente en un todo coherente (no aislado), en el que las empresas se encuentran y, al mismo tiempo, son un soporte del mercado y la sociedad”.

Esser, k., et al., (1994), del Instituto Alemán de Desarrollo (IAD), desarrollaron el modelo de competitividad sistémica, quienes plantearon que:

“La competitividad es un sistema formado por cuatro niveles que interactúan entre sí y que condicionan y modelan el desempeño competitivo:

nivel meta (capacidad organizativa de la sociedad), nivel macro (el estado), nivel meso (instituciones intermedias) y nivel micro (empresas y consumidores)”.

## 2. Competitividad país

La competitividad a nivel país, está dado por las capacidades de los negocios, mercado y otros para beneficio de la sociedad y expandir los ingresos per cápita; tal como lo señala los siguientes autores:

Jones y Treece (1988) definen la *competitividad país* como “el grado por el cual un país, en un mundo de competencia abierta, produce bienes y servicios que satisfagan las exigencias del mercado internacional, y simultáneamente expande su PIB y su PIB per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales” (Citado por Garay, 1998).

Michael Porter (1993) se refiere a este concepto como “la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, lo que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener o aumentar los ingresos reales”.

La Organización para el Crecimiento Económico y el Desarrollo (OECD, por sus siglas en inglés) señala que “competitividad es el grado en que un país puede [...] en condiciones de libre mercado y justa competencia, producir bienes para pasar las pruebas de los mercados internacionales, y al mismo tiempo mantiene o expande los ingresos reales de la población en el largo plazo”. (Citado por Villarreal, 2003, p. 187).

## 3. Competitividad Región

La competitividad a nivel región está dado por la capacidad de los ciudadanos, empresas, territorio y las agencias políticas que apuntan a mejorar el desempeño y calidad de vida de los habitantes; tal como lo señalan los siguientes autores:

Ilpes (2003), señala que “el estudio de la competitividad de las regiones relevancia dentro del estudio de la competitividad, particularmente con el

propósito de mejorar el desempeño de las regiones y mejorar la calidad de vida de los habitantes, identificando en qué aspectos la región presenta deficiencias y de esta manera desarrollar actividades que movilicen la acción colectiva de los ciudadanos, las empresas y las agencias públicas”.

Llisterri (2000), señala que las diferencias en el desarrollo económico y social entre las regiones de un país “no sólo son un problema de desigualdad, sino que implican fuertes desequilibrios territoriales, que a su vez generan una serie de dinámicas que frenan el desarrollo económico y social”.

#### 4. Competitividad industrial

Según Porter, la capacidad de éxito en la industria se debe a los competidores, proveedores, clientes, productos sustitutos y empresas entrantes; tal como lo señala a continuación:

Porter (1993), señala que para estudiar la competitividad en la industria se analiza cinco factores “rivalidad de los competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes, amenaza de nuevas empresas entrantes, y amenaza de productos sustitutos”.

Además, Porter describe “cuatro tipos de industrias: maduras, emergentes, fragmentadas y en declinación”; y “tres estrategias genéricas: bajo costo, diferenciación y enfoque”.

#### 5. Competitividad empresa

Porter (1993), señala que “las que compiten no son las naciones, sino las empresas”.

### **2.2.2.5. Dimensiones de competitividad para los negocios**

#### a) Competitividad país

En este punto para medir la competitividad, y evaluar el potencial, se basa en el modelo del diamante de Porter, así como desempeños, eficiencias e infraestructura, tal como se señala a continuación:

Institute for Management Development (2008), elabora el método de medición de competitividad: World Competitiveness Yearbook (WCY) que “analiza y califica la habilidad de las naciones para crear y mantener un entorno que apoye la competitividad de las empresas”. Este método se apoya en el modelo de competitividad desarrollado a partir del diamante de la ventaja competitiva propuesto por Michael Porter en 1993, método que evalúa la competitividad a partir de cuatro factores: a) Desempeño económico (evaluación macroeconómica); b) Eficiencia de las políticas gubernamentales c) Eficiencia del manejo empresarial y d) Infraestructura.

Foro Económico Mundial (2008), elabora el método Global Competitiveness Report (GCR), la que se divide en Índice de competitividad del crecimiento (Growth Competitiveness Index –GCI–) y en Índice de competitividad de los negocios (Business Competitiveness Index –BCI–), que señala como objetivo fundamental “evaluar el potencial de las economías del mundo para lograr un crecimiento económico sostenido en el mediano y largo plazo”.

#### b) Competitividad empresa

En el presente ítem, para estudiar y medir competitividad se proponen variables como: productividad, recursos humanos, innovación y otros; también la herramienta benchmarking y metodología con variables de impacto del mercado, operación esbelta, cultura del balance de recursos humanos; tal como se señala a continuación:

Sharma y Fisher (1997), propone variables más usadas para el estudio de la competitividad empresarial en Australia: “la productividad, la innovación, los aspectos de recursos humanos, el mejoramiento continuo, las grandes ventas exportables, la adopción de mejores prácticas, la integración de actividades dentro de la empresa, como entre empresas”.

Zairi (1994), de la Universidad de Bradford (UK) del Reino Unido, señala que:

“El benchmarking es la mejor herramienta para la medición de competitividad, no porque mejore el desempeño de la organización, sino porque previene la complacencia injustificada. La metodología de benchmarking se entiende como un agente de cambio en el cual la transformación se da por una nueva cultura organizacional”.

Smith (1995), propone una metodología que plantea tres variables para medir a una empresa capaz de competir y ser exitosa en cualquier parte del mundo:

a) Impacto del mercado y la capacidad de exceder las expectativas de los consumidores porque todo se hace muy bien. b) Operación esbelta, con cero errores. c) Cultura del balance, con trabajo en equipo y empoderado para asumir responsabilidades, liderazgo y orgullosos de sus éxitos.

c) Cuadro de Mando Integral

Es un instrumento de medición de capacidades del negocio que se alinea a su estrategia, constituido por indicadores y relacionado entre causa y efecto, y es así como:

Kaplan, R. & Norton, D. (2000), en su obra de cuadro de mando integral dice:

“El Cuadro de Mando Integral conserva la medición financiera como un resumen crítico de la actuación gerencial, pero realiza un conjunto de mediciones más generales e integradas, que vinculan las perspectivas del cliente actual, los procesos internos, los empleados y la actuación de los sistemas con el éxito financiero a largo plazo”. También señala que:

- La perspectiva financiera que indica la rentabilidad, es efecto de un cliente contento.
- La perspectiva del cliente que indica satisfacción, retención y busca de nuevos clientes, es el efecto de hacer bien los procesos internos del negocio.
- La perspectiva del proceso interno se relaciona con la capacidad del negocio para gestionar mejoras de producto y de los procesos, que indica el efecto de un recurso humano contento y capaz.
- La perspectiva del recurso humano que indica las capacidades y actitud para la gestión.

#### **2.2.2.6. Factores de competitividad para los negocios**

En el presente ítem, se señala los factores de la competitividad para los negocios tales como: la eficiencia, calidad, flexibilidad y otros para mejorar la productividad y competitividad en los negocios; ubicados en los procesos claves del negocio, innovación de procesos y productos. Estos factores son importantes en la cultura de emprendimiento del emprendedor en la organización para la producción, tal como se señala a continuación:

CEPAL (1996), en relación a los factores de la competitividad señala que:

Es necesario que los negocios hagan transformaciones importantes en la producción, mejorando rendimientos; también en el desarrollo de nuevos productos de manera mas eficiente y con mejores oportunidades de comercialización; y finalmente con el proveedor una relación mas estrecha dejando de hacer operaciones poco competitivas, para dedicarse mas en los procesos claves el negocio.

Esser y otros (1994), con respecto a los factores o condicionantes de la competitividad para los negocios señala que:

Las empresas competitivas deberán cumplir con lo siguiente de manera simultánea:

### **Eficiencia**

La eficiencia es un determinante importante en la competitividad de una empresa, principalmente en el caso en que la competencia se produzca en precios, por ser bajas o nulas las posibilidades de diferenciación del producto y, por ende, de mantenimiento de cierto mercado cautivo (García y Serrano, 2003).

Ser eficiente es lograr niveles de producción al menor costo posible con la tecnología existente, los recursos y los precios de éstos. La ventaja competitiva cambia ante una variación importante en los costos absolutos o relativos de los insumos, tales como materia prima, energía, mano de obra y maquinaria.

La productividad es clave para cualquier empresa que se encuentre en la búsqueda de competitividad, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de mano de obra, capital o recursos naturales del país; y que permiten lograr incrementos en el nivel de vida de los ciudadanos.



### **Calidad**

Los negocios para lograr altos niveles de competitividad deben mejorar la calidad, de tal manera que los diferencien en el mercado, alcanzando así, ventajas competitivas y mejoramiento del nivel de vida de la población.

### **Flexibilidad**

Los negocios deben estar dotados de capacidades de adaptarse a cambios en el interno y entorno en base al producto, volumen e producción y procesos productivos.

### **Rapidez**

Las empresas deben tener la capacidad de innovar o imitar innovaciones a la velocidad de mercado, así como adaptarse rápidamente al entorno modificando demandas, en medio de factores a nivel microeconómico; estos factores pueden dividirse en RR HH, mejores prácticas, estrategias (cadenas productivas, cooperación tecnológica, integración con proveedores y clientes).

### **Calificación y motivación del personal**

La calificación del trabajador, experiencia, talento, motivación, percepciones, etc. Influirán en la competitividad; entonces problemas en la educación, fallas en los sistemas de entrenamiento y capacitación, pobres relaciones laborales, malos ambientes de trabajo, ausencia de incentivos, etc. Serán perjudiciales en la calificación y motivación del RRHH, generando que no se alcance ventajas competitivas.

### **Capacidad de gestión**

La implementación de estrategias empresariales en gestión: del capital humano, del conocimiento, de la tecnología, financiera, de innovación, logística, etc. Son importantes para adaptarse al ambiente competitivo, dinámico, actual y no quedar fuera del mercado.

El conocimiento del entorno y su gestión se han transformado en un tema central en las empresas y también a nivel global, quedando claro que la competitividad se asocia a un proceso continuo, en el que inciden los esfuerzos conjuntos entre quien

realiza la gestión y los subordinados y los resultados se obtienen en el largo plazo (Besanko y otros, 1996).

Puede apreciarse a partir de esto que la capacidad de gestión está muy relacionada con el concepto de flexibilidad.

### **Logística**

Siguiendo a Gambino (2003), se entiende por logística al conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad. Una logística eficaz es un importante punto de partida para incrementar la eficiencia de una empresa y, por ende, elevar su competitividad.

La logística, es una estrategia necesaria para la cadena de suministros, en busca del balance óptimo entre las necesidades del cliente y los recursos disponibles de la empresa. Su desempeño debe ser medido a través del servicio al cliente final.

La integración y globalización hace que los negocios compitan en todo el mundo, y deban ser atendidos de la mejor manera, y con ello las tecnologías de información han reducido tiempos y costos de transacción, obligando a las empresas a tomar en serio la gestión logística para ser competitivas.

Alcanzar el objetivo final de la logística, tiene carácter multifuncional, depende de cinco elementos básicos, como el servicio al cliente, inventarios, suministros, transporte, distribución y almacenamiento; los mismos que están en todas las áreas de la empresa y generan la necesidad para satisfacerla.

### **Localización**

La localización genera ventajas competitivas, debido a redes de cooperación, en medio de confianza mutua, entre proveedores, productores y usuarios o clientes. Además, facilita la innovación, dada la información de su entorno.

Siguiendo a Bal (1996), que dice: “La localización de cualquier empresa cerca de sus competidoras, proveedores y clientes permite a la misma promover la eficiencia

y la especialización, pues fomenta la necesidad de diferenciarse constantemente, reaccionando rápidamente en busca del logro de ventajas competitivas”.

En el contexto actual de demandas desde el mercado y tecnologías cada vez más cambiantes, cobra cada vez mayor importancia la innovación como parte integral de la estrategia de la empresa. De esta manera, la concentración económica y la formación de redes se convierte en un determinante de la competitividad por su impacto sobre los cuatro atributos mencionados: eficiencia, flexibilidad, calidad y rapidez.

### **Tamaño**

El tamaño del negocio no es decisivo para la competitividad. Las empresas grandes tienen ventajas, como aprovechar economías de escala para demandantes externos, mayor acceso al financiamiento, mayor capacidad de inversión en I&D y tecnología, etc. Las empresas grandes pueden tener mayor burocratización y jerarquización, lo que les haría menos flexibles y rápidos, entonces, de relaciones conflictivas con su entorno será menos competitiva.

Las empresas pequeñas necesitan trabajar más para logros competitivos, por tener menor acceso al financiamiento, menor capacidad de inversión en I&D y tecnología. Las empresas pequeñas pueden insertarse en una red (clúster) que trabaja de manera eficaz, especializarse en procesos y alcanzar economías de escala, estas aprovechan el aprendizaje colectivo, el uso de centros comunes de I&D, asistencia técnica e intercambio tecnológico.

Los factores citados permiten a los negocios tener las mejores prácticas y alcanzar:

- El desarrollo de productos, donde cada I&D, esta influenciada por la producción y marketing.
- La producción con racionalización sistémica, que dan lugar a innovaciones organizativas en logística, calidad, flexibilidad del trabajo (trabajo en grupo, empoderamiento), introducción de innovaciones técnicas.
- El desarrollo de redes.

OECD (1992), señala que los elementos que contribuyen a la competitividad de la empresa son:

- a) La excelente administración de la producción, inventarios de materia prima y componentes.
- b) Integrar exitosamente, la planeación de mercado con I&D, diseño, ingeniería y manufactura.
- c) Capacidad de relacionar I&D del negocio con universidades, centros de investigación y otras empresas.
- d) Capacidad de incluir cambios de demanda y evolución de mercados;
- e) capacidad de relacionarse exitosamente con otras empresas de la cadena de valor.

Esser, Hillebrand, Messner & Meyer-Stamer (1994), de acuerdo al enfoque de la teoría sistémica se establecen como determinantes de la competitividad para los negocios: “a) Calificación del personal y la capacidad de gestión; b) estrategias empresariales; c) gestión de la innovación; d) Best Practice en el ciclo completo de producción; e) integración en redes de cooperación tecnológica f) logística empresarial; y g) interacción entre proveedores, productores y usuarios”.

Laplane (1996), sostiene que “el desempeño competitivo de una empresa depende de un amplio conjunto de factores, que se subdividen en los internos de la empresa, otros de naturaleza estructural (particulares de cada uno de los sectores del complejo industrial), y los de naturaleza sistémica”.

Garay (1998), considera que “para el análisis de la competitividad es necesario tener en cuenta simultáneamente los procesos internos de la empresa y de la industria, así como las condiciones económicas e institucionales del ambiente productivo en el que se encuentra inmersa la primera”.

Berumen (2006), señala a los determinantes de la competitividad para los negocios en dos tipos:

El primero señala que una empresa será mas competitiva, ofreciendo menores precios, con menores costos de capital, mano de obra y materia prima, que los competidores. Las estrategias están dirigidas a reducir costos de financiamiento, compensar mayores salarios con mayor productividad, y el desarrollo de nuevas fuentes de energía.

El segundo tipo, se relaciona con la calidad de productos y mejor tecnología de procesos, adecuada estructura organizacional, gestión eficiente de la producción, capacidad de relacionarse con otras empresas, buenas relaciones con el sector público – Universidad- Centros de investigación, diseño – ingeniería – fabricación industrial, optimiza capacidades de RRHH mediante la capacitación, capacidad de generar procesos de I+D+I.

## **2.3. Bases filosóficas**

### **2.3.1. Base filosófica de cultura del emprendimiento**

La base filosófica de cultura de emprendimiento según las características de la filosofía como son la universalidad, saber crítico, certidumbre, sistematicidad, metodología, concepción del mundo y transversalidad; con respecto a la presente investigación debo señalar lo siguiente:

Las universidades en el mundo con sus carreras profesionales, desarrollan una cultura, que consiste en compartir (valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres, normas); producto de su interrelación social en ambientes adecuados, cooperación, liderazgo, actividades emprendedoras, que formen el talento humano en aprendizaje significativo y desarrollo de pensamiento estratégico a través de una visión global y modelo educativo, que generara finalmente acciones innovadoras creando una identidad a sus egresados que los identifique de otras universidades.

Esta cultura en el talento humano dotada de capacidades para construir conocimiento y desarrollar habilidades de pensar y razonar, actitudes y valores, se convertirán en acciones con cierto riesgo para generar mejoras en las personas, empresa, economía y la sociedad; tal como lo sustentan los siguientes autores:

Según Ferrater, J. (2004), señala que:

“La llamada <filosofía de la cultura> es una disciplina relativamente reciente que se ha agregado a las muy diversas <filosofías de>. La idea de cultura como un <cultivo> de capacidades humanas y como el resultado del ejercicio de estas capacidades según ciertas normas es, sin embargo, muy anterior a toda idea formal de una filosofía de la cultura y a las investigaciones sobre la estructura de la cultura dentro del sistema de la sociedad....”

“En muchos casos la filosofía de la cultura se ha desarrollado paralelamente a la llamada <filosofía del espíritu>. Concomitantemente, las <ciencias de la cultura>, Kulturwissenschaften, han sido consideradas como <ciencias del espíritu>, Geisteswissenschaften. La tradición de la filosofía alemana a la que aludimos se ha manifestado a partir de Hegel y ha sido desarrollada por autores como Dilthey, Windelband, Rickert, Simmel, Spengler, Spranger, Litt, Hans Freyer, Max Scheler, Nicolai Hartmann y otros”.

“Algunos de los autores indicados han insistido en que, mientras la naturaleza es indiferente a los valores, en la cultura se halla incorporado valores. A veces un mismo objeto puede ser visto desde dos ángulos. Así, una estatua es un trozo de mármol, de madera, etcétera, cuyas características son estudiadas por las ciencias naturales, pero la estatua misma es un objeto cultural cuyas características son estudiadas por las ciencias de la cultura”.

“Otras veces no se trata de objetos materiales, sino de <cosas> tales como mitos, creencias religiosas, leyendas, ideas científicas y filosóficas, códigos morales, costumbres, etc. En todos los casos se adscriben a estos objetos valores, que son considerados o subjetivamente u objetivamente.... Cultura es, según Scheler, humanización, pero esta humanización se refiere tanto al <proceso que nos hace hombres> como al hecho de que los productos culturales queden humanizados.... La filosofía de la cultura implica así la discusión del sentido de la propia cultura como algo que acontece en la vida humana, como algo que esta vida crea, transforma y se apropia”.

### **2.3.2. Base filosófica de la competitividad para los negocios**

Según Hernández, A. (2004) señala que:

“El término cultura de empresa proviene de los estudios sobre cultura de las organizaciones y se empieza a desarrollar en la década de los setenta, siendo actualmente uno de los vocablos más pronunciados en cualquier discurso sobre la actividad económico-social que tenga como marco de referencia la empresa o el empresario”.

“Hasta tal punto, esto es así, que muchos directores de empresa han descubierto (más bien redescubierto) que las organizaciones tienen culturas y que estas

culturas tienen que ver con unos supuestos, prioridades, valores y creencias compartidas por sus miembros, lo que ha llevado a reflexionar, sobre los procesos de socialización y motivación quienes entran a ser miembros o se mueven alrededor de una organización”.

“El auge del término cultura de empresa vino condicionado por el impacto del éxito japonés en el mundo industrial y económico, imputado a ciertos rasgos culturales, específicos, que caracterizan la producción japonesa en relación a la productividad occidental, EE.UU. y Europa fundamentalmente. Este hecho, generó la idea, de que el éxito económico venía condicionado por las diferencias culturales, es decir, empresas con un modo diferente de hacer las cosas, arraigadas en una tradición cultural distinta....”

“Definimos la cultura de empresa, como un sistema de valores compartidos (lo que es importante) y de creencias (cómo funcionan las cosas) en interacción con los participantes de la empresa, sus estructuras organizativas y sus sistemas de control, para producir normas de comportamientos (la manera en que se hacen las cosas)”.

“¿Existe la posibilidad de analizar la cultura como algo general a las empresas o debemos tratar de la cultura de cada empresa? La contestación la da Thevenet, cuando afirma que el proceso ha pasado por tres etapas sucesivas: 1.- La etapa fundamentalista en la cual se intenta construir modelos de validez universal en la búsqueda de un óptimo.... 2.- La etapa contingente, en el cual, aparecen estilos clasificados de tal manera que se debe utilizar en función de la situación que presente el entorno....”

3.- “El estudio de la cultura de empresa, supone la contemplación de la organización como una cultura que se construye y se desarrolla en el tiempo... Cada empresa tiene una subcultura empresarial, es decir tiene un comportamiento que la caracteriza como una unidad diferenciada”.

“Otra forma de entender la cultura de empresa (Quazza) es el llamado escenario organizacional <que es el conjunto de mecanismos por los cuales los fundadores transmiten mensajes que influyen y modelan el comportamiento de las personas en esa empresa>. El escenario está compuesto por cuatro modelos: 1.- Modelo

de creencias...2.- modelo de comportamiento....3.- Modelo de tecnologías....4.- Modelo de sentimiento”.

La cultura de la empresa se caracteriza por cumplir tres funciones (Thevenet):

1.- “La cultura es fuerte cuando los comportamientos de los miembros de la empresa están validados por la existencia de valores comunes a todos ellos. 2.- Adaptación, se basa en que la cultura debe mantener la característica de ayudar a que la empresa sea capaz de adaptarse a las satisfacciones del entorno en el que se encuentra inmersa. 3.- Integración, se basa en que a nivel interno de la empresa la cultura debe ser el principal elemento de integración de los distintos miembros de la misma hacia la consecución de objetivos comunes”.

Por último, otra perspectiva para analizar la cultura de la empresa, está en función de las actitudes de las empresas frente a su entorno (Burke):

1.- “Empresas con mentalidad cultural narcisista: Son aquellas que se caracterizan por el poco interés hacia las cosas y los acontecimientos de su entorno....”

2.- “Empresas con mentalidad cultural tribal: Son empresas un poco más abiertas que las anteriores pero únicamente en la medida en que les permite desarrollar sus propios proyectos en función de su visión del mundo.....”

3.- “Empresas con mentalidad cultura explotadora: Son aquellas totalmente abiertas al entorno que intentan aprovechar todas las funciones favorables que se le presenten. Las características básicas de este tipo son la iniciativa, la voluntad personal y el éxito”.

4.- “Empresas con mentalidad cultural <amplificadora>: son organizaciones totalmente abiertas al entorno; pero a diferencia de las anteriores piensan que es preciso decidir cuál es el tipo de porvenir deseado y, a partir de este objetivo, hacer todo lo posible para orientar la actividad en ese camino”.

#### **2.4. Definición de términos básicos**

- **Actitud emprendedora**



Capacidades en los estudiantes del décimo ciclo como la decisión a tomar riesgos, que se desarrollaran a partir de un perfil (creatividad, imaginación e innovación) de ingreso a la carrera profesional junto con la necesidad de desarrollo personal.

- **Competitividad del recurso humano**

Capacidad en el estudiante del décimo ciclo para culminar las prácticas pre profesionales, integrarse al cambio a través de su propuesta de solución plasmado en las tesis de bachiller y título profesional, cuyos premios e incentivos será la aceptación en los negocios para ejercer la ingeniería, desempeñándose en la carrera profesional.

- **Competitividad financiera**

Capacidad de los negocios para mejorar su rentabilidad, producto de aumentar las ventas y reducir los costos.

- **Competitividad en los procesos internos**

Capacidad del negocio para mejorar la productividad a través de mejorar la eficiencia en el uso de los recursos como reducir los productos reprocesados para disminuir los tiempos de entrega.

- **Competitividad en satisfacción del cliente**

Capacidad del negocio para tener contento al cliente a través de entregas oportunas, cero devoluciones.

- **Competitividad para los negocios**

Capacidad del negocio en su eficacia para la venta de bienes o servicios con eficiencia (productividad), logrando el sostenimiento del mismo y su incremento de la participación en el mercado, generando mayor rentabilidad y mejor nivel de vida.

- **Conocimiento sobre emprendimiento**

Facultad de dotarse de teorías y herramientas en los estudiantes de ingeniería a través de un plan de estudios desde el primer al décimo ciclo de estudios para emprender optimizaciones en los procesos de organizaciones de negocios, crecimiento de las mismas o formar su propio negocio.

- **Cultura de emprendimiento**

Capacidades en los estudiantes que irán adquiriendo y compartiendo a través de los años de formación profesional, de acuerdo a un modelo y perfil profesional; que finalmente se plasmara en el profesional, la economía y la sociedad.

- **Práctica de valores de emprendimiento**

Ejercicio de valores como liderazgo, honestidad integridad y confianza, compromiso total, responsabilidad personal y perseverancia en los estudiantes del X ciclo de la facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática; valores necesarios para sus fines.

## 2.5. Formulación de las hipótesis

### 2.5.1. Hipótesis general

La cultura de emprendimiento influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

### 2.5.2. Hipótesis específicas

- a) El conocimiento sobre emprendimiento incide la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, periodo 2019.
- b) La actitud emprendedora que poseen repercute la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.
- c) La formación en valores influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, periodo 2019.

## 2.6. Operacionalización de las variables

**Cuadro de operacionalización de variables**

Variables	Dimensiones	Indicadores
		• Elección de la idea de negocio

<b>Variable independiente:</b> Cultura de emprendimiento	Conocimiento sobre emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enunciado de la idea de negocio</li> <li>• Elaboración de planes de negocio</li> <li>• Elaboración de proyectos de inversión</li> <li>• Constitución de un negocio</li> <li>• Formalización de un negocio</li> <li>• Puesta en marcha de un negocio</li> <li>• Dinámica operativa o funcionamiento de un negocio.</li> </ul>
	Actitud emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intención de emprender un negocio</li> <li>• Deseo de autorrealización profesional</li> <li>• Valoración del emprendimiento</li> </ul>
	Práctica en valores de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asunción de riesgos</li> <li>• Perseverancia</li> <li>• Ambición personal</li> <li>• Pasión por el emprendimiento</li> <li>• Autodisciplina</li> <li>• Integridad</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>
<b>Variable dependiente:</b> Competitividad para los negocios	Competitividad en gestión de marketing y ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercados</li> <li>• Segmentación de mercados</li> <li>• Diseño de productos</li> <li>• Fijación de precios de productos</li> <li>• Planificación de la campaña promocional de productos del negocio.</li> <li>• Ejecución del plan de campaña promocional de productos del negocio.</li> <li>• Proceso de ventas de productos del negocio</li> </ul>
	Competitividad en gestión financiera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de presupuestos de una empresa</li> <li>• Gestión del capital de trabajo</li> <li>• Gestión de inversiones</li> <li>• Gestión de financiamientos de planes y/o proyectos en una empresa.</li> <li>• Aspectos o asuntos contables</li> <li>• Sistemas de control financiero</li> </ul>
	Competitividad en gestión de la logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compras para un negocio</li> <li>• Gestión de inventarios</li> <li>• Gestión del almacén</li> <li>• Distribución o abastecimiento interno</li> </ul>
	Competitividad en gestión de procesos de producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación del proceso de producción</li> <li>• Ejecución del proceso de producción</li> <li>• Incremento de la productividad de mano de obra.</li> <li>• Incremento de la productividad de maquinarias.</li> <li>• Incremento de la productividad de materiales.</li> <li>• Control de la calidad del proceso de producción</li> </ul>
	Competitividad en gestión de recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de cargos o puestos</li> <li>• Reclutamiento de personal</li> <li>• Selección de personal</li> <li>• Inducción al personal</li> <li>• Motivación al personal</li> <li>• Supervisión al personal</li> <li>• Delegación de funciones</li> <li>• Remuneración al personal</li> <li>• Evaluación de desempeño</li> </ul>

---

## **CAPITULO III**

### **Metodología**

#### **3.1. Diseño metodológico**

##### **3.1.1. Tipo de Investigación**

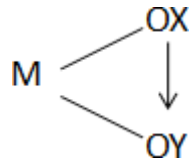
Los tipos de investigación en la presente investigación son los siguientes:

- 1) Según la temporalidad de ocurrencia de los hechos en la investigación, es del presente.
- 2) De acuerdo al tipo de aporte al conocimiento, la presente investigación es aplicada.
- 3) Según el nivel o alcance, es explicativa.

##### **3.1.2. Diseño de la Investigación**

En la investigación se utilizó el diseño no experimental, que a su vez este se divide en transversal y de alcance explicativo. Es no experimental porque en la investigación no se hizo pre experimentos, experimentos puros ni cuasi experimentos con la variable cultura del emprendimiento ni la variable competitividad para los negocios; sin embargo el diseño transversal permitió recopilar en una sola vez la información de la muestra poblacional a través del instrumento. La investigación es de alcance explicativo porque permitió determinar la causa de la variable dependiente, esto es, como la variable cultura del emprendimiento influye en la variable competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

Diagrama para el presente diseño de investigación:



**Dónde:**

**M** = Muestra

**OX** = Observación de la variable X, en una sola oportunidad.

**OY** = Observación de la variable Y, en una sola oportunidad.

**X** = Cultura del emprendimiento

**Y** = Competitividad para los negocios

### **3.2. Población y muestra**

#### **3.2.1. Población**

La población estimada estuvo constituida por 117 estudiantes cursando el X ciclo, de las 04 escuelas profesionales, de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática, con un promedio de 29 alumnos por escuela; tal como se señala en la tabla N° 01.

#### **3.2.2. Muestra**

Para el tamaño de la muestra se consideró 79 estudiantes, debido a problemas de conectividad por el COVID 19, por parte de los estudiantes, considerando un promedio de 20 alumnos por escuela, de las 04 escuelas profesionales, la misma que sirvió para aplicar la encuesta correspondiente al estudio.

### **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.3.1. Técnicas de recolección de datos**

La técnica que se utilizará es la siguiente:

##### **Encuesta**

La encuesta se hizo a través de formularios, herramienta de Google, que sirvió para medir a las dos variables del estudio de investigación, a través de la información que vertieron los 79 estudiantes.

### **3.3.2. Descripción de instrumentos de recolección de datos**

#### **Cuestionario de encuesta**

Este instrumento se aplicó a los estudiantes del X ciclo de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática. El cuestionario para medir la variable **cultura del emprendimiento**, está conformado por 18 items, los cuales resultan de tres dimensiones; y para medir la variable **competitividad para los negocios**, está conformado por 32 items, los cuales resultan de 5 dimensiones. Ver Anexo N° 02 y 03.

### **3.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

Para construir el marco teórico se ha recopilado información en base a un índice. En el procesamiento de información buscando hallazgos del estudio se codificó la información, para luego ingresar a un sistema de información estadística SPSS versión 25.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

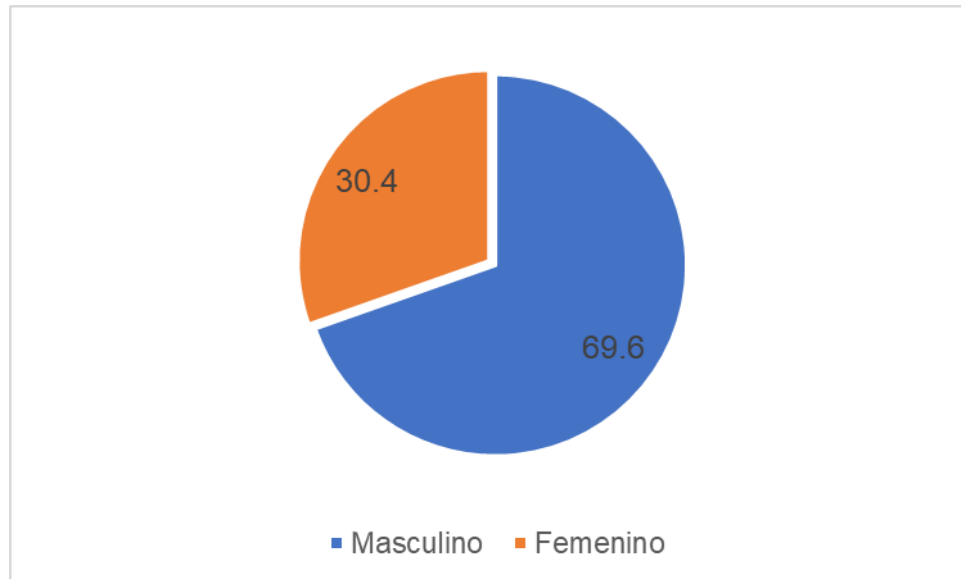
#### 4.1. Presentación y análisis de resultados

El cuestionario elaborado con base a las variables, dimensiones y indicadores de las variables de estudio, fue utilizado para realizar la encuesta a la muestra de 79 estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, con el fin de medir la influencia de la variable cultura de emprendimiento en la variable competitividad para los negocios; obtenidos los datos mediante la encuesta, estos fueron sometidos a procesamiento estadístico a través de instrumentos informáticos. Los resultados son las tablas de distribución de frecuencias, con sus respectivos gráficos y tablas de contingencia, que a continuación se presentan.

##### 4.1.1. Análisis de resultados de los datos generales

**Tabla 3.** *Sexo de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática.*

	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Masculino	55	69.6	69.6
Femenino	24	30.4	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 1.** *Sexo de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática.*

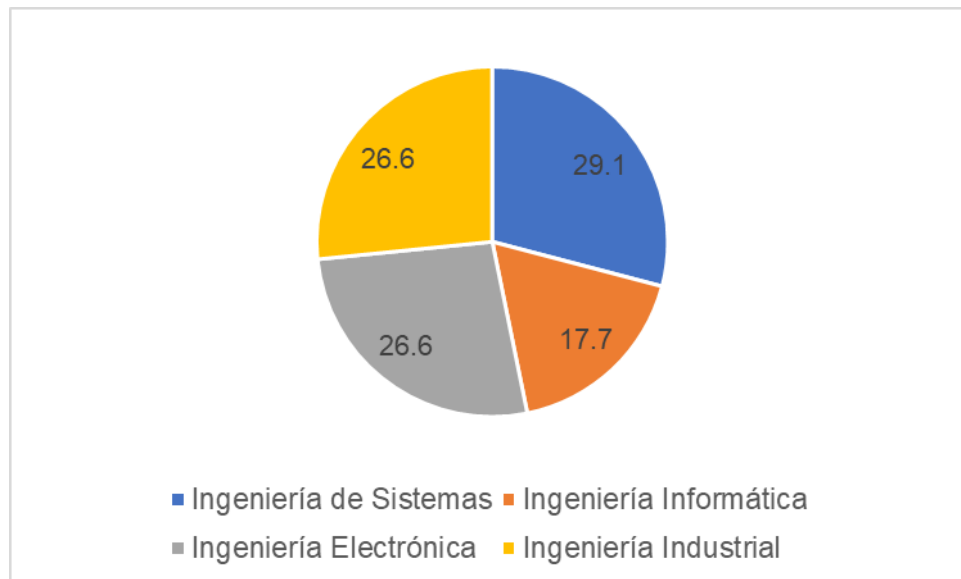
**Interpretación**

*De los 79 estudiantes encuestados, el 30.4% corresponde a mujeres y el 69.4% a hombres.*

**Tabla 4.** *Escuelas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática.*

	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Ingeniería de Sistemas	23	29.1	29.1
Ingeniería Informática	14	17.7	46.8
Ingeniería Electrónica	21	26.6	73.4
Ingeniería Industrial	21	26.6	100.0
Total	79	100.0	





**Figura 2.** Escuelas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática.

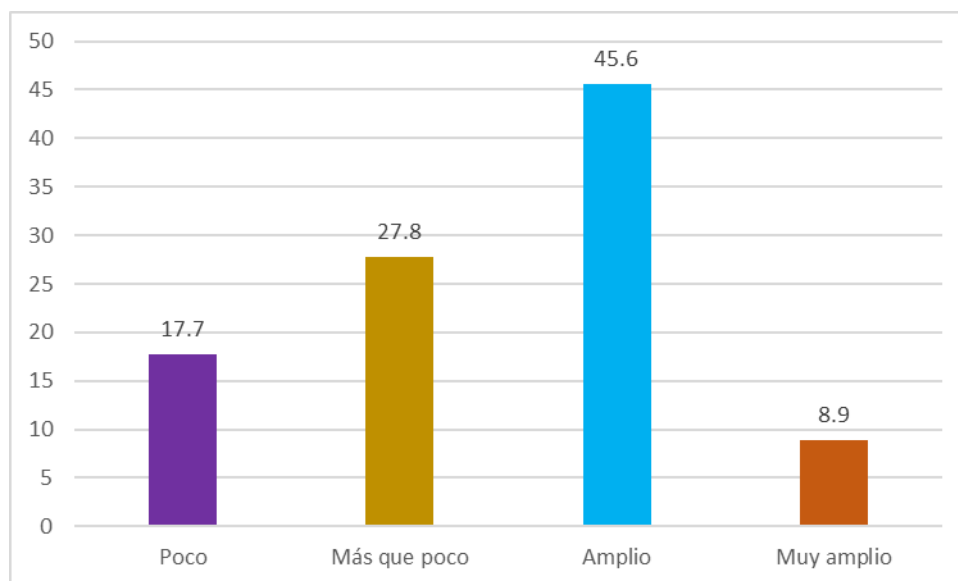
**Interpretación**

De los 79 estudiantes encuestados, el 29.1% corresponde a los estudiantes de Ingeniería de Sistemas, el 17.7% a los estudiantes de Ingeniería Informática, el 26.6% a los estudiantes de Ingeniería Electrónica y el 26.6% a los estudiantes de Ingeniería Industrial.

**4.1.2. Análisis de los resultados relacionados con la variable Cultura del emprendimiento**

**Tabla 5.** Cultura del emprendimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco	14	17.7	17.7
Más que poco	22	27.8	45.6
Amplio	36	45.6	91.1
Muy amplio	7	8.9	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 3.** *Cultura del emprendimiento*

### **Interpretación**

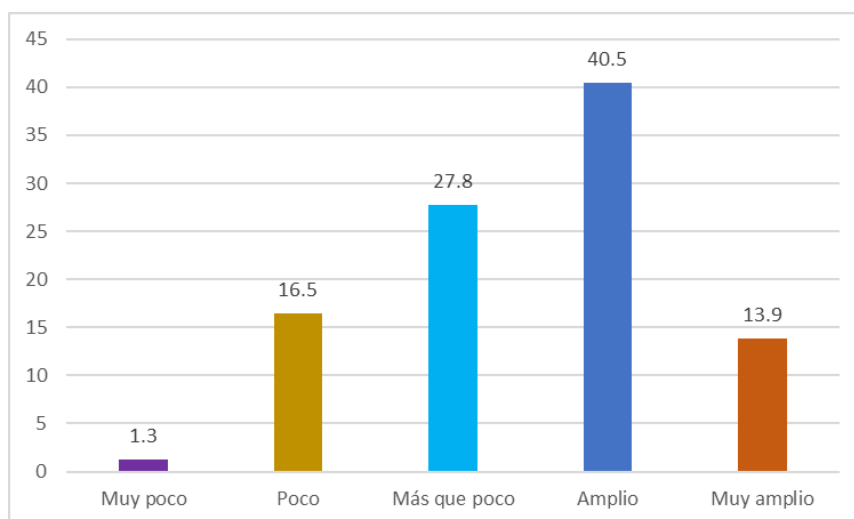
De los 79 estudiantes encuestados, 17.7% tienen poca cultura de emprendimiento, 27.8% un poco más de cultura de emprendimiento, 45.6% amplia cultura de emprendimiento y 8.9% tienen muy amplia cultura de emprendimiento. Este resultado permite señalar que el 54.5% de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática, tienen amplia y muy amplia cultura de emprendimiento con conocimiento, actitud emprendedora y práctica de valores del emprendimiento.

#### **4.1.2.1. Análisis de los resultados relacionados con las dimensiones de la variable Cultura del emprendimiento**

##### **Dimensión 1: Conocimiento sobre el emprendimiento**

**Tabla 6.** *Conocimiento sobre el emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy poco	1	1.3	1.3
Poco	13	16.5	17.7
Más que poco	22	27.8	45.6
Amplio	32	40.5	86.1
Muy amplio	11	13.9	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 4.** *Conocimiento sobre el emprendimiento*

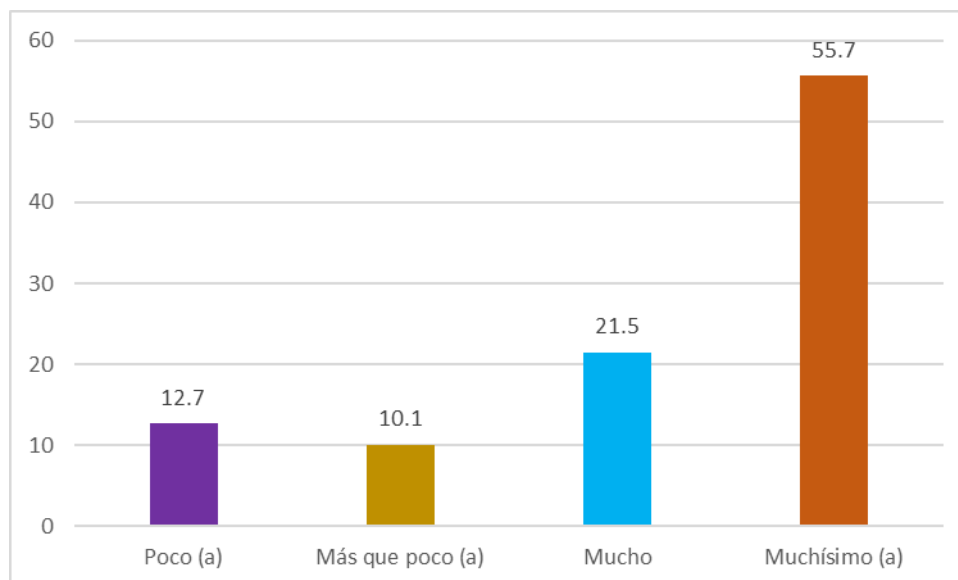
**Interpretación**

De la muestra encuestada el 1.3% tienen muy poco conocimiento sobre emprendimiento, el 16.5% poco conocimiento sobre emprendimiento; sin embargo, el 27.8% un poco más de conocimiento sobre emprendimiento, el 40.5% tienen amplio conocimiento sobre emprendimiento y 13.9% muy amplio conocimiento sobre emprendimiento. Finalmente la tabla nos dice, que el 54.4% los encuestados tienen amplio y muy amplio conocimiento sobre emprendimiento.

**Dimensión 2: Actitud emprendedora**

**Tabla 7.** *Actitud emprendedora*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco (a)	10	12.7	12.7
Más que poco (a)	8	10.1	22.8
Mucho	17	21.5	44.3
Muchísimo (a)	44	55.7	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 5.** *Actitud emprendedora*

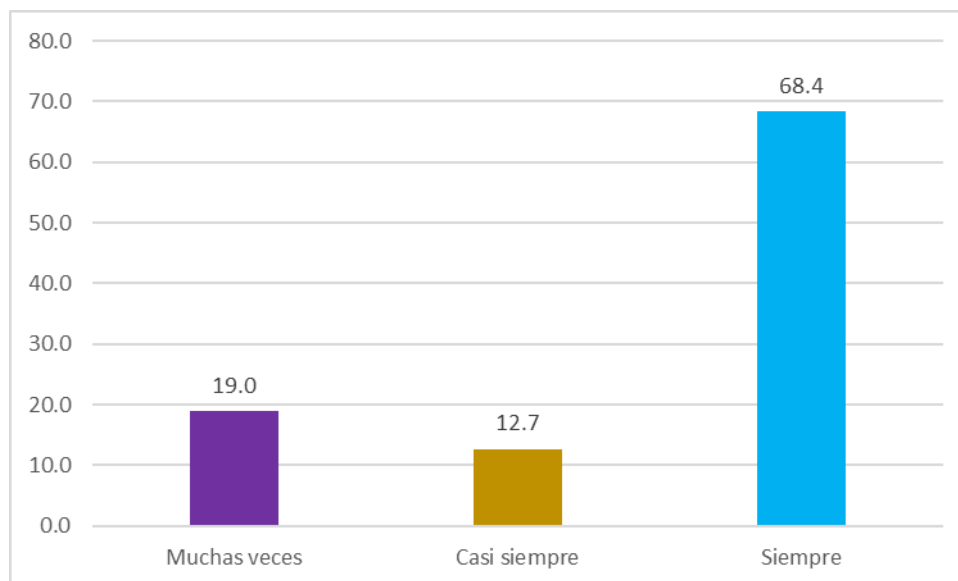
**Interpretación**

De la muestra encuestada, el 12.7% tienen poca actitud emprendedora, 10.1% un poco más de actitud emprendedora; el 21.5% tiene mucha actitud emprendedora y 55.7% muchísima actitud emprendedora. Finalmente, entonces, el 77.2% de los encuestados tienen mucha y muchísima actitud emprendedora.

**Dimensión 3: Práctica de los valores del emprendimiento**

**Tabla 8.** *Práctica de los valores del emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muchas veces	15	19.0	19.0
Casi siempre	10	12.7	31.6
Siempre	54	68.4	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 6.** *Práctica de los valores del emprendimiento*

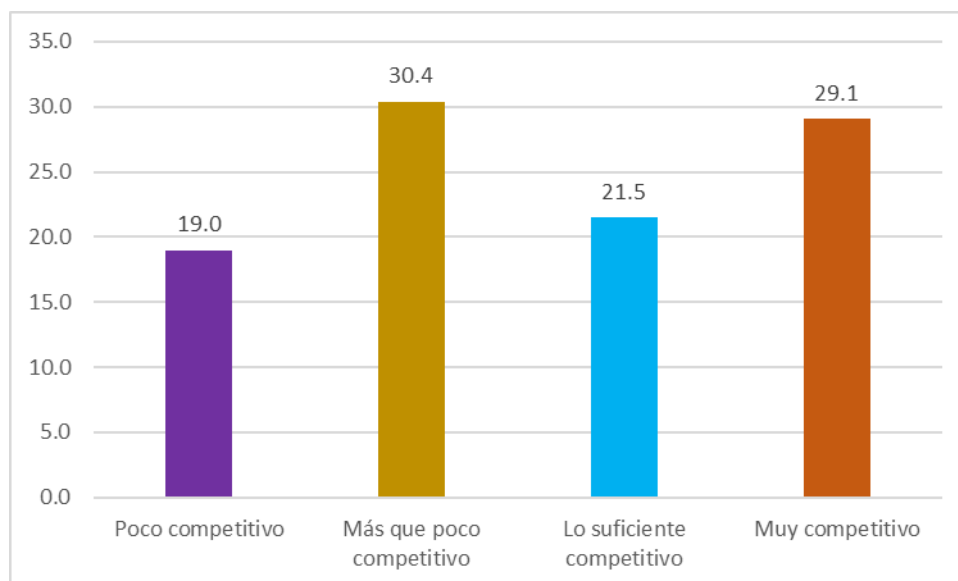
**Interpretación**

*De la muestra de estudiantes encuestados, el 19% practica muchas veces los valores del emprendimiento, el 12.7% practica casi siempre los valores del emprendimiento y el 68.4% practica siempre los valores del emprendimiento. Finalmente, se observa que el 81.1% de los encuestados practica siempre y casi siempre valores del emprendimiento.*

**4.1.3. Análisis de los resultados relacionados con la variable competitividad para los negocios**

**Tabla 9.** *Competitividad para los negocios*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco competitivo	15	19.0	19.0
Más que poco competitivo	24	30.4	49.4
Lo suficiente competitivo	17	21.5	70.9
Muy competitivo	23	29.1	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 7. Competitividad para los negocios**

**Interpretación**

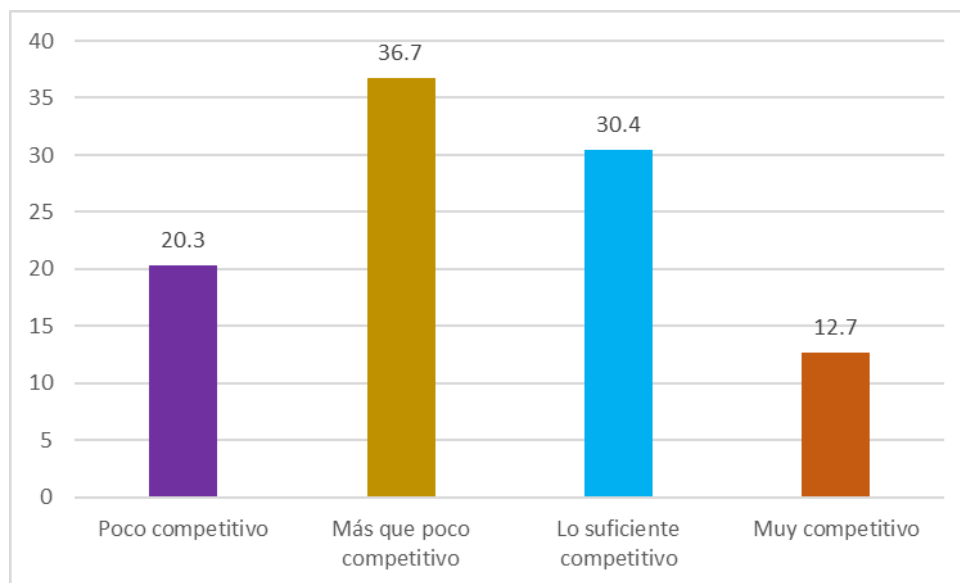
De los 79 alumnos encuestados, el 19% es poco competitivo, el 30.4% un poco más competitivo, el 21.5% lo suficiente competitivo y el 29.1% muy competitivo. Finalmente, entonces, la cultura de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática influye para que el 50.6% de los estudiantes sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos.

**4.1.3.1. Análisis de los resultados relacionados con las dimensiones de la variable Competitividad para los negocios**

**Dimensión 1: Competitividad en gestión de marketing y ventas**

**Tabla 10. Competitividad en gestión de marketing y ventas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco competitivo	16	20.3	20.3
Más que poco competitivo	29	36.7	57.0
Lo suficiente competitivo	24	30.4	87.3
Muy competitivo	10	12.7	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 8.** Competitividad en gestión de marketing y ventas

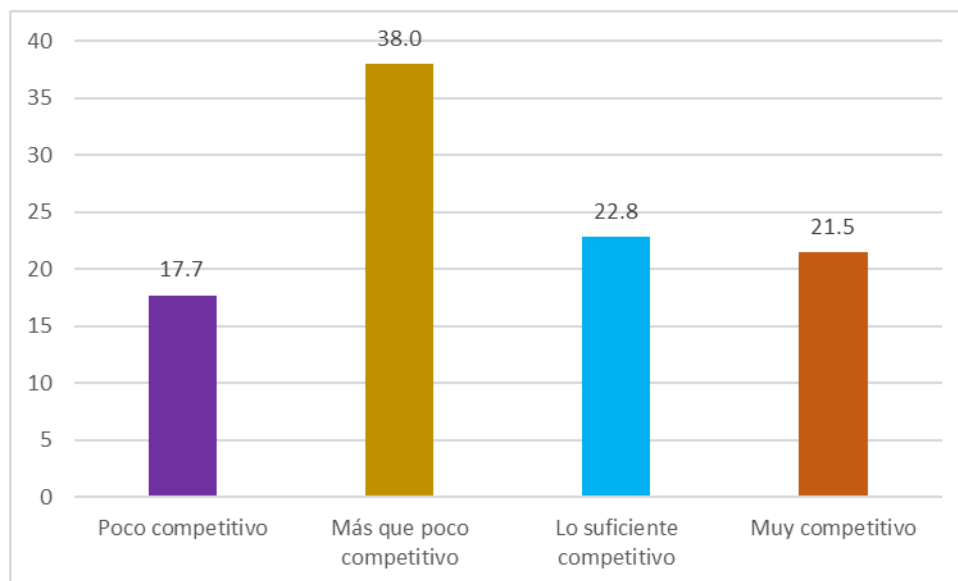
### **Interpretación**

De la encuesta realizada a los estudiantes, el 20.3% es poco competitivo en gestión de marketing y ventas, el 36.7% es un poco más competitivo en gestión de marketing, el 30.4% lo suficiente competitivo, el 12.7% muy competitivo en gestión de marketing y ventas. Finalmente, entonces, la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 43.1% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en marketing y ventas.

### **Dimensión 2: Competitividad en gestión financiera**

**Tabla 11.** Competitividad en gestión financiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco competitivo	14	17.7	17.7
Más que poco competitivo	30	38.0	55.7
Lo suficiente competitivo	18	22.8	78.5
Muy competitivo	17	21.5	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 9.** Competitividad en gestión financiera

**Interpretación**

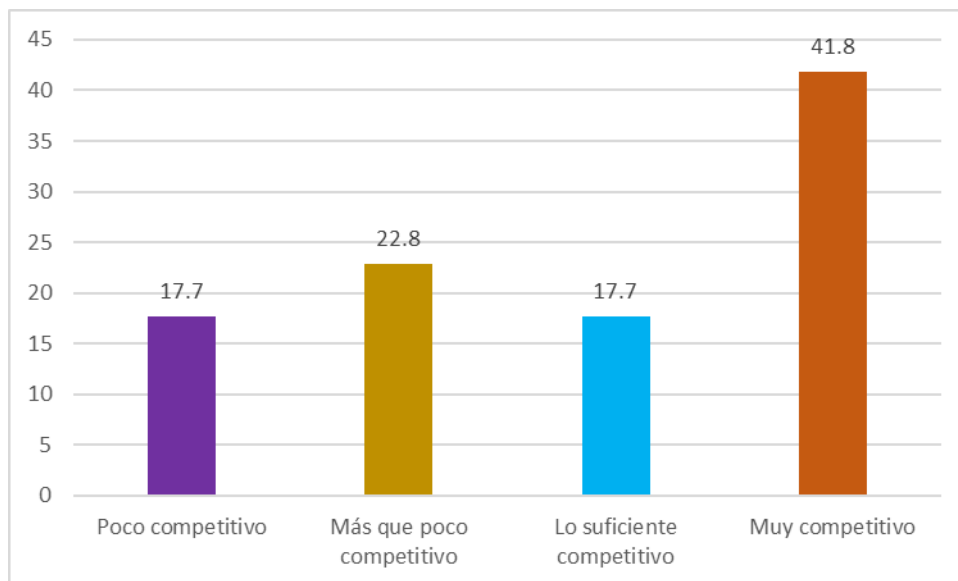
De la encuesta realizada a los estudiantes, con respecto a la competitividad en gestión financiera, el 17.7% es un poco más competitivo, el 38% es más que poco competitivo, el 22.8% lo suficiente competitivo y el 21.5% muy competitivo. Finalmente, entonces, la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 44.3% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en gestión financiera.

**Dimensión 3: Competitividad en gestión logística**

**Tabla 12.** Competitividad en gestión logística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco competitivo	14	17.7	17.7
Más que poco competitivo	18	22.8	40.5
Lo suficiente competitivo	14	17.7	58.2
Muy competitivo	33	41.8	100.0
Total	79	100.0	





**Figura 10.** *Competitividad en gestión logística*

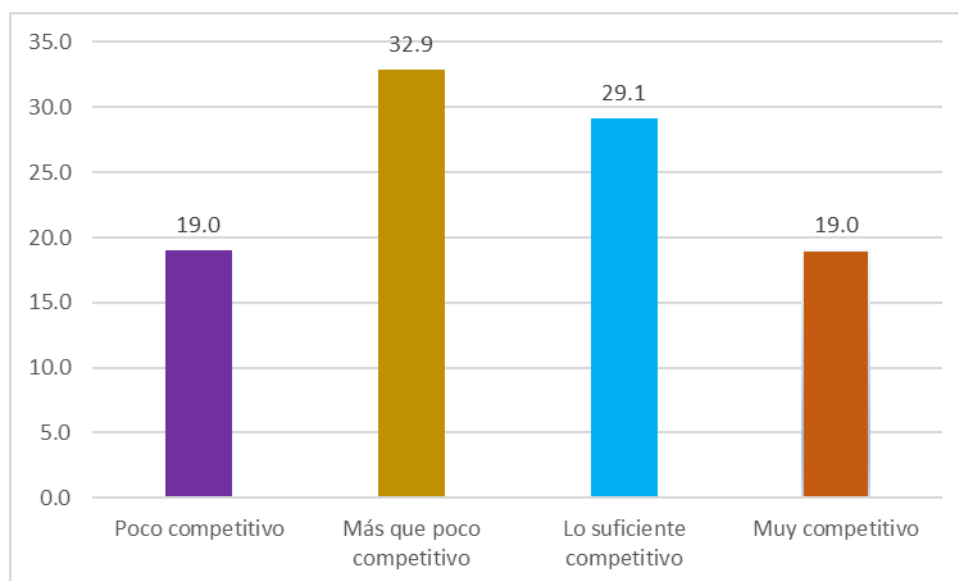
***Interpretación***

*De la encuesta realizada a los estudiantes, con respecto a la competitividad en gestión logística, el 17.7% es un poco más competitivo, el 22.8% es más que poco competitivo, el 17.7% lo suficiente competitivo y el 41.8% muy competitivo. Finalmente, entonces, la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 59.5% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en gestión logística.*

**Dimensión 4: Competitividad en gestión de procesos de producción**

**Tabla 13.** *Competitividad en gestión de procesos de producción*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco competitivo	15	19.0	19.0
Más que poco competitivo	26	32.9	51.9
Lo suficiente competitivo	23	29.1	81.0
Muy competitivo	15	19.0	100.0
Total	79	100.0	



**Figura 11.** Competitividad en gestión de procesos de producción

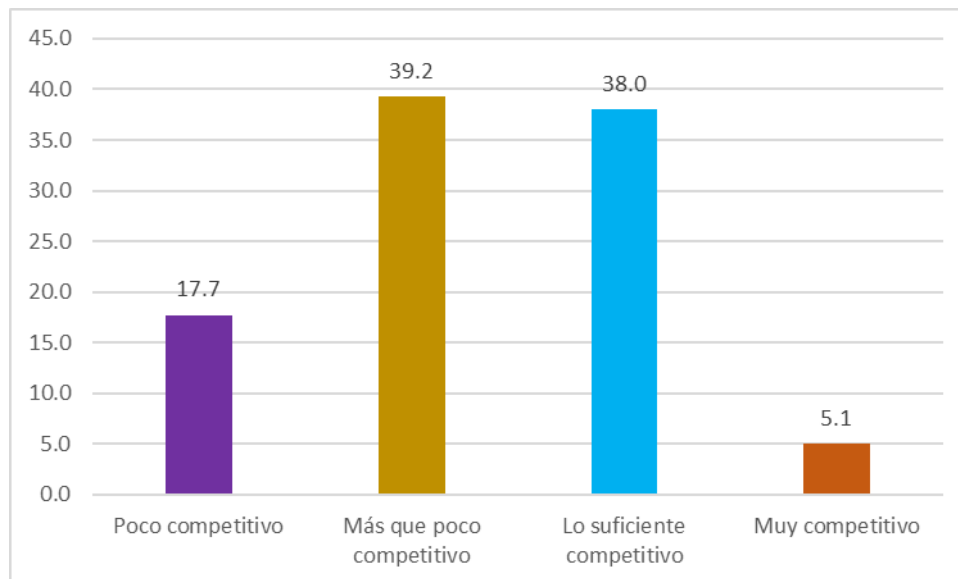
**Interpretación**

De la encuesta realizada a los estudiantes, con respecto a la competitividad en gestión de procesos de producción, el 19.0% es poco competitivo, el 32.9% es un poco más competitivo, el 29.1% lo suficiente competitivo y el 19.0% muy competitivo. Finalmente, entonces, la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 48.1% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en gestión de procesos de producción.

**Dimensión 5: Competitividad en gestión de RR.HH.**

**Tabla 14.** Competitividad en gestión de RR.HH.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Poco competitivo	14	17,7	17,7
Más que poco competitivo	31	39,2	57,0
Lo suficiente competitivo	30	38,0	94,9
Muy competitivo	4	5,1	100,0
Total	79	100.0	



**Figura 12.** Competitividad en gestión de RR.HH.

### ***Interpretación***

*De la encuesta realizada a los estudiantes, con respecto a la competitividad en gestión de recursos humanos, el 17.7% es poco competitivo, el 39.2% es poco más competitivo, el 38.0% lo suficiente competitivo y el 5.1% muy competitivo. Finalmente, entonces, la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 43.1% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en gestión de recursos humanos.*

## **4.2. Contrastación de hipótesis**

### **4.2.1 Contrastación de la hipótesis general**

Ho: La cultura de emprendimiento no influye significativamente en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

Ha: La cultura de emprendimiento influye significativamente en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

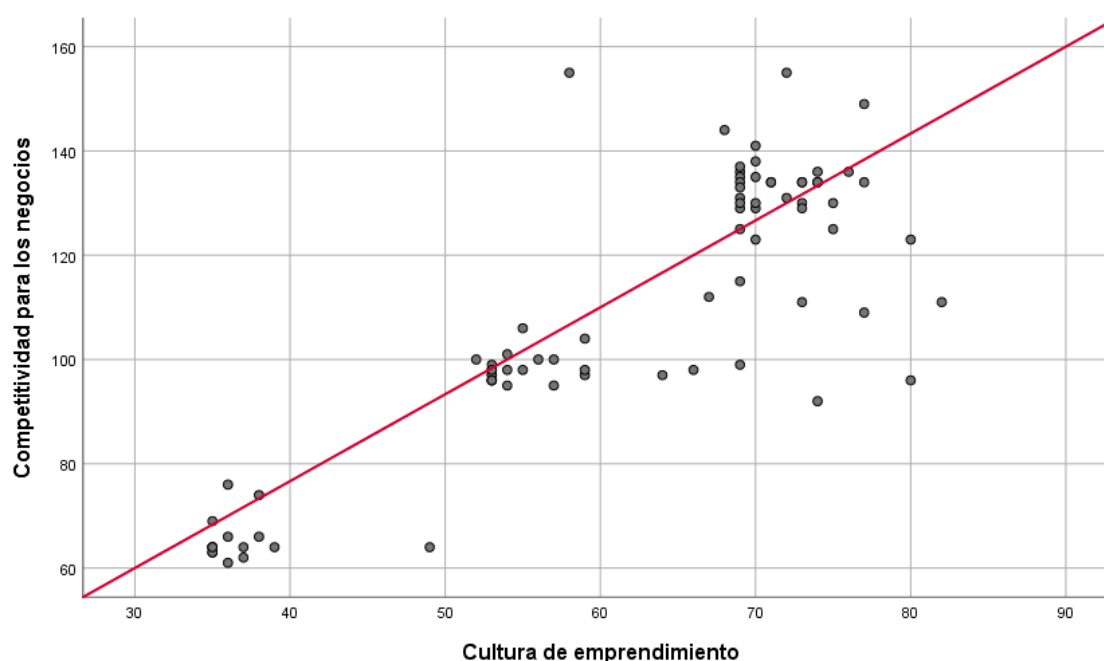
### **Prueba estadística**

En la prueba estadística, para determinar la relación entre las variables **cultura de emprendimiento** y **competitividad para los negocios** de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019; se utilizó el modelo de correlación Rho de Spearman

**Tabla 15.** *Correlación entre las variables cultura de emprendimiento y la competitividad para los negocios*

			Cultura de emprendimiento	Competitividad para los negocios
Rho de Spearman	Cultura de emprendimiento	Coefficiente de correlación	1.000	,744**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	79	79
	Competitividad para los negocios	Coefficiente de correlación	,744**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	79	79

*Nota.* Elaboración propia.



Nota: Se observa una correlación de 0.744, y  $P=0.000$

**Figura 13.** *Correlación entre las variables cultura de emprendimiento y la competitividad para los negocios*

#### **Nivel de significancia**

Según la prueba estadística, el resultado, estadísticamente significativo, demuestra que hay evidencias estadísticas para rechazar la hipótesis  $H_0$ . El nivel de significancia o margen de error establecido es de 0.01 y el valor  $P$  es 0.000, inferior al nivel de significación, entonces la  $H_0$  es rechazada. Cuanto menor sea el valor  $P$  más significativo será el resultado.

#### **Toma de decisión**

Según la tabla de resultados, el nivel de significancia o sig.(bilateral) de 0.000, es menor a 0.05, si fuera mayor entonces significaría que no existe relación entre las dos variables.

Para la toma de decisiones, como regla de decisión se tiene que si el valor  $p < 0.01$  entonces se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ . Para la presente prueba estadística se obtuvo el valor de  $p = 0.000$ , de donde  $0.000 < 0.01$ , por lo tanto, se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_o$ .

### Conclusión

Para la hipótesis general, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.744, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mayor cultura de emprendimiento, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

#### 4.2.2. Contrastación de la hipótesis específica 1

$H_o$ : El conocimiento sobre emprendimiento no incide en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

$H_a$ : El conocimiento sobre emprendimiento incide en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

### Prueba estadística

En la prueba estadística, para cococer la relación entre la dimensión, **conocimiento sobre emprendimiento y la variable competitividad para los negocios** de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019; se utilizó el modelo de correlación Rho de Spearman.

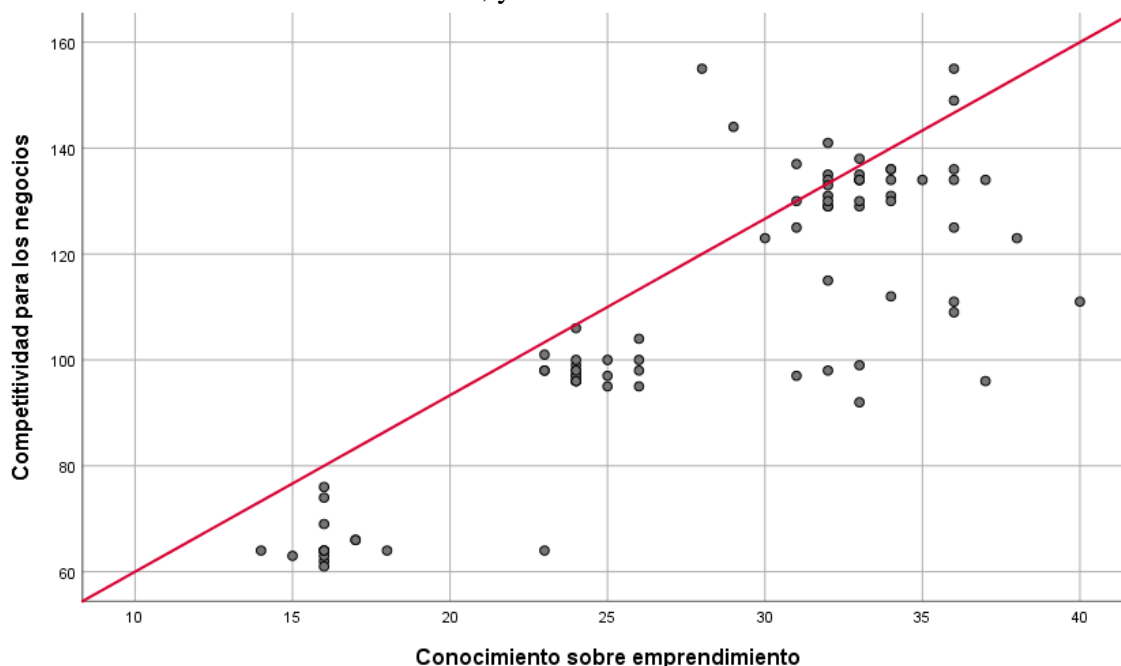
**Tabla 16.** *Correlación entre la dimensión conocimiento sobre emprendimiento y la variable competitividad para los negocios*

		Conocimiento sobre emprendimiento	Competitividad para los negocios
Rho de Spearman	Conocimiento sobre emprendimiento	1.000	,742**
		Coficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	79

Competitividad para los negocios	Coefficiente de correlación	,742**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	79	79

Nota. Elaboración propia.

Nota: Se observa una correlación de 0.742, y P=0.000



**Figura 14.** Correlación entre la dimensión conocimiento sobre emprendimiento y la variable competitividad para los negocios

**Nivel de significancia**

Según la prueba estadística, el resultado, estadísticamente significativo, demuestra que hay evidencias estadísticas para rechazar la hipótesis  $H_0$ . El nivel de significancia o margen de error establecido es de 0.01 y el valor P es 0.000, inferior al nivel de significación, entonces la  $H_0$  es rechazada. Cuanto menor sea el valor P más significativo será el resultado.

**Toma de decisión**

Según la tabla de resultados, el nivel de significancia o sig.(bilateral) de 0.000, es menor a 0.05, si fuera mayor entonces significaría que no existe relación entre las dos variables.

Para la toma de decisiones, como regla de decisión se tiene que si el valor  $p < 0.01$  entonces se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ . Para la presente prueba estadística se obtuvo el valor de  $p = 0.000$ , de donde  $0.000 < 0.01$ , por lo tanto, se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ .

**Conclusión**

Para la hipótesis específica 1, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.742, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mayor conocimiento sobre emprendimiento, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

#### 4.2.3. Contrastación de la hipótesis específica 2

Ho: La actitud emprendedora no repercute en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

Ha: La actitud emprendedora repercute en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

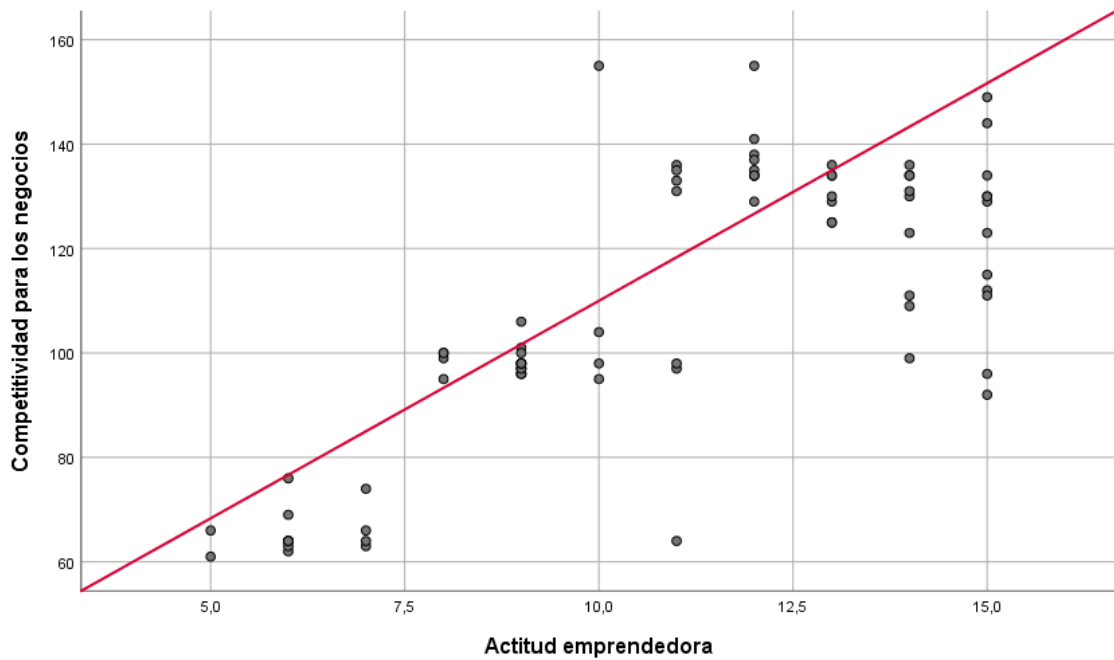
#### Prueba estadística

En la prueba estadística, para comprobar la relación entre la dimensión, **actitud emprendedora y la variable competitividad para los negocios** de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019; se utilizó el modelo de correlación Rho de Spearman.

**Tabla 17.** *Correlación entre la dimensión actitud emprendedora y la variable competitividad para los negocios*

			Actitud emprendedora	Competitividad para los negocios
Rho de Spearman	Actitud emprendedora	Coefficiente de correlación	1.000	,677**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	79	79
	Competitividad para los negocios	Coefficiente de correlación	,677**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	79	79

*Nota.* Elaboración propia.



Nota: Se observa una correlación de 0.677, y  $P=0.000$

**Figura 15.** *Correlación entre la dimensión actitud emprendedora y la variable competitividad para los negocios*

**Nivel de significancia**

Según la prueba estadística, el resultado, estadísticamente significativo, demuestra que hay evidencias estadísticas para rechazar la hipótesis  $H_0$ . El nivel de significancia o margen de error establecido es de 0.01 y el valor  $P$  es 0.000, inferior al nivel de significación, entonces la  $H_0$  es rechazada. Cuanto menor sea el valor  $P$  más significativo será el resultado.

**Toma de decisión**

Según la tabla de resultados, el nivel de significancia o sig.(bilateral) de 0.000, es menor a 0.05, si fuera mayor entonces significaría que no existe relación entre las dos variables.

Para la toma de decisiones, como regla de decisión se tiene que si el valor  $p < 0.01$  entonces se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ . Para la presente prueba estadística se obtuvo el valor de  $p = 0.000$ , de donde  $0.000 < 0.01$ , por lo tanto, se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ .

**Conclusión**

Para la hipótesis específica 2, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.677, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mayor actitud emprendedora, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X



ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

#### 4.2.4. Contrastación de la hipótesis específica 3

Ho: La formación en valores no influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

Ha: La formación en valores influye en la competitividad para los negocios de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

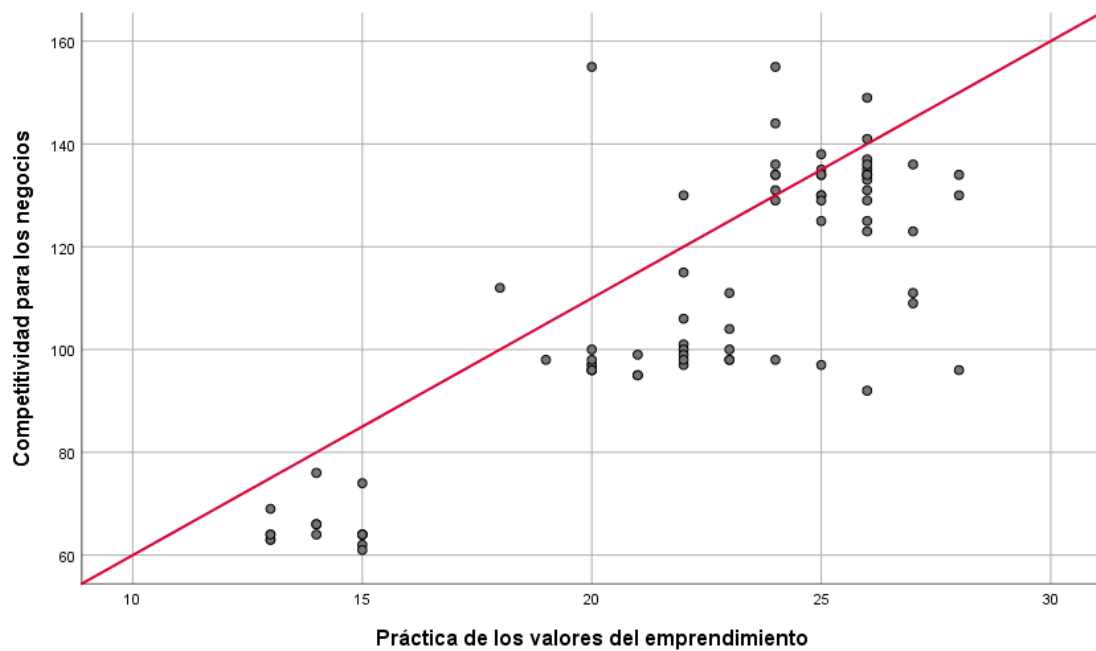
#### Prueba estadística

En la prueba estadística, para determinar la relación entre la dimensión, **formación en valores y la variable competitividad para los negocios** de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019; se utilizó el modelo de correlación Rho de Spearman.

**Tabla 18.** *Correlación entre la dimensión práctica de los valores del emprendimiento y la variable competitividad para los negocios*

				Práctica de los valores del emprendimiento	Competitividad para los negocios
Rho de Spearman	de Práctica de valores emprendimiento	de los del	Coefficiente de correlación	1.000	,725**
			Sig. (bilateral)		0.000
			N	79	79
	Competitividad para los negocios		Coefficiente de correlación	,725**	1.000
			Sig. (bilateral)	0.000	
			N	79	79

*Nota.* Elaboración propia



Nota: Se observa una correlación de 0.725, y  $P=0.000$

**Figura 16.** Correlación entre la dimensión práctica de los valores del emprendimiento y la variable competitividad para los negocios

**Nivel de significancia**

Según la prueba estadística, el resultado, estadísticamente significativo, demuestra que hay evidencias estadísticas para rechazar la hipótesis  $H_0$ . El nivel de significancia o margen de error establecido es de 0.01 y el valor  $P$  es 0.000, inferior al nivel de significación, entonces la  $H_0$  es rechazada. Cuanto menor sea el valor  $P$  más significativo será el resultado.

**Toma de decisión**

Según la tabla de resultados, el nivel de significancia o sig.(bilateral) de 0.000, es menor a 0.05, si fuera mayor entonces significaría que no existe relación entre las dos variables.

Para la toma de decisiones, como regla de decisión se tiene que si el valor  $p < 0.01$  entonces se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ . Para la presente prueba estadística se obtuvo el valor de  $p = 0.000$ , de donde  $0.000 < 0.01$ , por lo tanto, se acepta  $H_a$  y se rechaza  $H_0$ .

**Conclusión**

Para la hipótesis específica 3, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.725, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mejor formación en valores, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo

en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional  
José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.

## CAPITULO V

### DISCUSION DE RESULTADOS

#### 5.1 Discusión de resultados

La Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática integrada por cuatro carreras profesionales (ingeniería industrial, ingeniería de sistemas, ingeniería informática, ingeniería electrónica) según el presente estudio permite señalar que el **54.5% de los estudiantes, tienen amplia y muy amplia cultura de emprendimiento** con conocimiento sobre emprendimiento, actitud emprendedora y práctica de valores del emprendimiento, coincidentemente Vallmitjana N. (2015) concluyó en su estudio “La actividad emprendedora de los graduados IQS” que: **“El número de emprendedores del Instituto fue importante”**, lo que indica que tiene amplia cultura de emprendimiento; asimismo Julca, E. (2011), en su investigación “Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)” concluyó que: **“El emprendimiento empresarial es una competencia que desarrollada como parte inherente de la formación profesional permite a las instituciones educativas de educación superior- entre ellas las universidades-, contribuir con profesionales con una inclinación hacia la propuestas de iniciativas para la constitución empresarial”**, lo que indica que con amplia cultura de emprendimiento es iniciativa para la constitución empresarial; finalmente Montoya, C. Noriega, H. Sánchez, R. & Urbina, F. (2016), en su investigación “Proyecto de escuela de coaching para emprendedores como actores principales del desarrollo de la economía nacional”, concluyeron que: **“Para lograr el objetivo es necesario implementar dentro del mercado competidor una escuela de coaching para emprendedores que contenga una malla curricular y metodología que proporcione de manera innovadora orientación personalizada a los emprendedores, además concluyeron que el mercado potencial se subdivide en dos alternativas, el emprendedor en formación: el cual se identifica a través de la evaluación de sus capacidades”**, indicando con ello que con una amplia cultura de emprendimiento lograría el objetivo del desarrollo de la economía nacional.

En la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática el **54.4% de los encuestados tienen amplio y muy amplio conocimiento sobre emprendimiento**, y al respecto, Callejón, M. & Castany, L. (2008) en su investigación “Iniciativa Emprendedora, innovación y competitividad” concluye: **“La relación existente entre**

**la iniciativa emprendedora y las mejoras en productividad y competitividad de las empresas, haciendo especial énfasis en la necesidad que tiene nuestra economía de crear nuevas empresas basadas en el conocimiento**”, indicando con ello que con amplio conocimiento sobre emprendimiento mejora la competitividad de las empresas.

En la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática, según el presente estudio, **el 77.2% de los encuestados tienen mucha y muchísima actitud emprendedora** y al respecto concluye Hernández, C. & Arano, R. (2015) en su investigación “El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial” que: **“La cultura emprendedora se define como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio”**, indicando con ello que con muchísima actitud emprendedora mayor oportunidad de negocio; asimismo Zorrilla, D. (2013), en su investigación “Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los microemprendimientos juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de inpet(2007-2009)” concluye que: **“Los contenidos desarrollados sobre competencias emprendedoras personales y el uso de metodologías participativas- aunados a un perfil emprendedor y una adecuada orientación al mercado- potencian la sostenibilidad de un emprendimiento a cualquier escala, puesto que forjan una actitud emprendedora”**, lo que significa que a muchísima actitud emprendedora mayor competencia emprendedora.

En la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática, *la cultura de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática influye para que el 50.6% de los estudiantes sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos, muy parecido a lo que señala Orozco, J. A & Arraut, L. C. (1010), en su investigación “El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia”, donde concluye que: “La educación universitaria y la formación continua son factores con mejor tendencia dentro de las reglas de juego formales”, lo que significa que la cultura de emprendimiento influye para un entorno muy competitivo.*

En la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática, *la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 43.1% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en marketing y ventas, algo parecido concluye Hernández, C. & Arano, R. (2015) en su investigación “El desarrollo de la cultura*

empresarial”, cuando señala que: **“Un negocio fortalecido y en crecimiento genera oportunidad de trabajo no solo en las personas contratadas como parte del personal de la empresa, también genera el crecimiento en otro negocio que es el proveedor, desarrollando una cadena de oportunidad y de generación de riqueza”**, lo que quiere decir que la cultura de emprendimiento influye para el marketing de negocios muy competitivos.

En la Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática, *la cultura de emprendimiento de los estudiantes influye para que el 44.3% sean lo suficientemente competitivos y muy competitivos en gestión financiera, algo parecido concluye Sparano, H. (2014), en su investigación “Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos” cuando concluye que: “El emprendimiento en América Latina llega a formar parte de los emprendedores establecidos, quienes con su actitud, actividades y aspiraciones, aunado a la innovación y manejo eficiente de los recursos, caracterizan al emprendedor de América Latina, convirtiéndose en punto de apoyo a la gestión de proyectos y por ende al desarrollo de la región”*, lo que quiere decir que la cultura de emprendimiento influye en ser muy competitivos en la gestión financiera de los proyectos.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

a) *Se comprueba la hipótesis general, donde se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.744, la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación; significando que, a mayor cultura de emprendimiento, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.*

*De los 79 estudiantes encuestados, 17.7% tienen poca cultura de emprendimiento, 27.8% un poco más de cultura de emprendimiento, 45.6% amplia cultura de emprendimiento y 8.9% tienen muy amplia cultura de emprendimiento. Este resultado permite señalar que el 54.5% de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática, tienen amplia y muy amplia cultura de emprendimiento con conocimiento, actitud emprendedora y práctica de valores del emprendimiento.*

b) *Para la hipótesis específica 1, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.742, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mayor conocimiento sobre emprendimiento, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.*

De la muestra encuestada el 1.3% tienen muy poco conocimiento sobre emprendimiento, el 16.5% poco conocimiento sobre emprendimiento; sin embargo, el 27.8% un poco más de conocimiento sobre emprendimiento, el 40.5% tienen amplio conocimiento sobre emprendimiento y 13.9% muy amplio conocimiento sobre emprendimiento. Finalmente, la tabla nos dice, que el 54.4% los encuestados tienen amplio y muy amplio conocimiento sobre emprendimiento.

c) *Para la hipótesis específica 2, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.677, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mayor actitud emprendedora, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.*

De la muestra encuestada, el 12.7% tienen poca actitud emprendedora, 10.1% un poco más de actitud emprendedora; el 21.5% tiene mucha actitud emprendedora y 55.7% muchísima actitud emprendedora. Finalmente, entonces, el 77.2% de los encuestados tienen mucha y muchísima actitud emprendedora.

d) *Para la hipótesis específica 3, se puede afirmar que con un 99% de confianza, estadísticamente, según el coeficiente de Rho de Spearman de 0.725, **la relación entre variables es directa o positiva con alto grado de correlación**; significando que, a mejor formación en valores, mayor competitividad para los negocios en los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019.*

*De la muestra de estudiantes encuestados, el 19% practica muchas veces los valores del emprendimiento, el 12.7% practica casi siempre los valores del emprendimiento y el 68.4% practica siempre los valores del emprendimiento. Finalmente, se observa que el 81.1% de los encuestados practica siempre y casi siempre valores del emprendimiento.*

## 6.2 Recomendaciones

a) *De acuerdo a los resultados del presente estudio, el 45.5% de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019, no tiene amplia, ni muy amplia cultura del emprendimiento, lo que hace necesario que se revise los planes de estudio y perfil de los ingresantes a la Facultad.*

b) *Los resultados del presente estudio también nos dice que el 45.6% de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019, no tienen amplio ni muy amplio conocimiento sobre emprendimiento, es necesario entonces, analizar y evaluar la transferencia de conocimientos relacionados a los negocios, como diagnóstico de negocios con visión global, elaboración de proyectos de inversión de negocios, proceso de constitución de la empresa, trámite de formalización de la empresa.*

c) *Con respecto a la actitud emprendedora, los resultados del presente estudio señala que el 22.8% de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019, no tienen mucha, ni muchísima actitud emprendedora, entonces, es necesario*



*promover el desarrollo humano con orientación al autoempleo, mediante el deseo de desarrollo personal, creatividad, imaginación, innovación y capacidad de decisión a tomar riesgos.*

*d) Finalmente, con respecto a los valores del emprendimiento, los resultados del presente estudio señala que el 31.6% de los estudiantes del X ciclo en la Facultad de Ingeniería Industrial Sistemas e Informática de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, año 2019, no practica siempre ni casi siempre los valores del emprendimiento, siendo necesario entonces, promover el liderazgo, integridad, confianza, responsabilidad personal y perseverancia.*

## CAPITULO VII

### FUENTES DE INFORMACION

#### Referencias

##### 7.1 Fuentes de información bibliográficas

- Bygrave, W. & Hofer, C. (2004). *Theorizing about entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice.*
- Bello, J. (2006). “La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios”. Cuadernos Unimetanos.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID); Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones (FIDE) e Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (ICAE) (2003). “Agenda de Competitividad de Honduras: Marco Conceptual”.
- Berumen, S (2006). Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. *Cuadernos de administración. Universidad Javeriana 19* (31).145-163. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Buckley, P.; Christopher, L. y Prescott, K. (1988). “Measures of International Competitiveness: a Critical Survey”. *Journal of Marketing Management.*
- Comisión Europea (2003). Libro verde del espíritu empresarial en Europa.[http://eurlex.europa.eu/lexuriserv/site/es/com/2003/com2003\\_0027es01.pdf](http://eurlex.europa.eu/lexuriserv/site/es/com/2003/com2003_0027es01.pdf).
- Cohen, S. (1994). "Speaking Freely". *Foreign Affairs*, Vol 73, No. 4.
- Chudnovsky, D. y Porta, F. (1990). “La Competitividad Internacional. Principales Cuestiones Conceptuales y Metodológicas”. CENIT. Documento de Trabajo N° 3.

- Esser, K.; Hillebrand, W.; Messne, D. y Meyer-Stamer, J. (1994). “Competitividad Sistémica. Competitividad Internacional de las Empresas y Políticas Requeridas”. Instituto Alemán de Desarrollo (IAD).
- Ferrater, J. (2004). Diccionario de Filosofía. 3º reimpresión: enero 2004. Editorial Ariel. S.A. Barcelona. España.
- Fagerberg, J. (1988). “International Competitiveness”. The Economic Journal.
- Fajnzylber, F. (1988). “Competitividad Internacional, Evolución y Lecciones”. Revista de la CEPAL N° 36.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, empleo y el desarrollo local. Chacra Experimental Integrada Barrow (Convenio MAAyP-INTA). Tres arroyos. Enero.
- Foro Económico Mundial (2008). *Reporte Global de Competitividad (RGC) & Business Competitiveness Index 2006,2007, 2008*. Washington D.C.: Autor.
- Garay, L. (1998). Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. *En Competitividad*. (pp. 565-566). Bogotá: Departamento Nacional de Planeación + Colciencias + Consejería Económica y de Competitividad, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Proexport.
- Gartner (1985), recuperado de PDF Las dimensiones del emprendimiento empresarial - Revista...publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos-investigacion/article/download/.../0. Página 17
- GARTNER, W. B. (1989). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Summer: 47 - 68.
- Gartner, W. B (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal Of Business Venturing*.
- García Tabuena y Crespo, (2004) Desempeño de la Actividad Emprendedora Temprana en España. *Revista Economía Industrial*.

- Haguenauer, L. (1989). "Competitividad, Conceitos e Medidas. uma Resenha da Bibliografia Recente com Ênfase no Caso Brasileiro". IEI/UFRJ, TPD N°208.
- Hernández, A. (2004). Diccionario de Sociología. 2004. Esic Editorial. Madrid. España.
- Horta, R. y Jung, A. (2002). "Competitividad e Industria Manufacturera. Aportes para Un Marco de Análisis". Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica, Montevideo.
- International Institute For Management Development (IMD) (2003). "World Competitiveness Yearbook 2003".
- Kaplan, R. & Norton, D. (2000). Cuadro de mando Integral. 2° edición. Impreso en Barcelona- España. ISBN: 84-8088-504-1. WWW. Gestion2000.com.
- Kirzner, I. (1973). Competition and entrepreneurship. Chicago: The University Of Chicago Press.
- Laplane, M. (1996). Estudio sobre competitividad de la industria brasileña. En: Productividad, *competitividad e internacionalización de la economía*. Bogotá: DANE.
- Mathis, J.; Mazier, J. y Rivaud-Danset, D. (1988). "La Competitive Industrially". IRES.
- OCDE-Organización para la cooperación y el desarrollo económico (2009). Measuring Entrepreneurship
- OCDE (1996). "Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments In The Global Economy".
- Orozco, T. A, Arraut, C.L, (2010). El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia: caso de Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Sincelejo. Fecha de recepción: 8 de marzo fecha de aprobación: abril 20. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eand/n74/n74a07.pdf>
- Porter, M. (1990). "The Competitive Advantage of Nations". The Free Press.

- Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Report of The Select Committee of The House of Lords on Overseas Trade. (1985).
- Reynolds, et al. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- Pyke, F. y Sengenberger, W. (1992). "Industrial Districts and Local Economic Regeneration".
- Scott, B. y Lodge, G. (1985). "Us Competitiveness in the World Economy". Harvard Business School Press.
- Sánchez, L. (2013). *Perfil psicológico del autoempleado*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Psicología.
- Sánchez, F. y Acosta, P. (2001). "Proyecto Indicadores de Competitividad: Colombia" Documentos de Trabajo. CEDE, Bogotá, Universidad de Los Andes.
- Sharma, B. & Fisher, T. (1997). Functional strategies and competitiveness: An empirical analysis using data from Australian manufacturing. *Benchmarking for Quality, Management & Technology*, 4(4), 286-294.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy Of Management Review*.
- Schumpeter, J. A. (1911). The theory of the economic development. and inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. 1934 Translation. Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Smith, S. (1995). Elaborate World Class Competitiveness. *Managing Service Quality*, 5(5), 36-42.
- Timmons, J. (2004). Consortium for Entrepreneurship Education National Standards of Practice for Entrepreneurship Education. The National Content Standards for Entrepreneurship Education – Summary.

Ubfal, D. (2004). “Competitividad y Desarrollo de la Economía Argentina”. Instituto de Investigaciones Económicas. Cenes.

Villarreal, R. (2003). La competitividad sistémica: conceptos y condiciones en México. En E. Dussel (comp). *Perspectivas y retos de la competitividad en México*, 187-208. México: UNAM

World Economic Forum (WEF) (1996). “Global Competitiveness Report 1996”. Executive Summary.

Zairi, M. (1994). Benchmarking: The Best Tool for Measuring Competitiveness. *Quality, Management & Technology*, 1(1), 11-24.

## 7.2 Fuentes de información electrónicas

Aguirre, A. (2017). *Cultura de emprendimiento*. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>. página 01.

Bal, D. “*Negocios Internacionales: Introducción y Aspectos Esenciales*”. 1996. Recuperado de: [www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf).

Belalcázar, A. (2013). *Antecedentes y sugerencias para un desarrollo significativo y formativo del emprendimiento en las instituciones educativas. La construcción de cultura emprendedora y empresarial un reto para América Latina en el siglo XXI: Memorias del 3er Congreso Internacional de Emprendimiento*. Recuperado de: <http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/.../article/.../563>. Página 309.

Besanko, D.; Dranove, D. y Shanley, M. *Economic of Strategy*. Jhon Willey and Sons. 1996. Recuperado de: [www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf).

BOLAÑOS, Ricardo (2006). *Detonantes de emprendimiento. VIII Reunión de Economía Mundial. Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México*. Recuperado de: [www.pyme.com.mx](http://www.pyme.com.mx).

- Callejón, F. M, Castany, T.L, (2008). *Iniciativa Emprendedora, innovación y competitividad*. Recuperado de: [http://www.ub.edu/graap/pdfcallejon/Callejon\\_castany\\_ICE\\_841\\_2008.pdf](http://www.ub.edu/graap/pdfcallejon/Callejon_castany_ICE_841_2008.pdf)
- Cabrera, M. A, López, L.P, & Ramirez M. C. (2011). *La competitividad empresarial. Un marco conceptual para su estudio*. Recuperado de: [https://www.ucentral.edu.co/images/.../2015\\_competitividad\\_empresarial\\_001.pdf](https://www.ucentral.edu.co/images/.../2015_competitividad_empresarial_001.pdf)
- Cardona, M., Vera, L. & Tabares J. (2008). *Las Dimensiones del Emprendimiento Empresarial: La Experiencia de los Programas Cultura E. y Fondo Emprender en Medellín*. Recuperado de: <http://www.publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos.../article/.../1153>
- CEPAL (1996). *Fortalecer el desarrollo. Interacciones entre Macro y Microeconomía*. Recuperado de : [www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf).
- Chesnais, F. (1981). *The Notion of International Competitiveness. Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE)*. Mineo. 1981. Recuperado de [http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf).
- De Miguel, S. A, (2013). *El concepto emprendedor. Políticas públicas para emprendedores: análisis del proyecto de ley de apoyo al emprendedor*. PDF. Recuperado de [http://www.buengobierno.usal.es/revista/docs/46\\_2013\\_Angela\\_Miguel.pdf](http://www.buengobierno.usal.es/revista/docs/46_2013_Angela_Miguel.pdf)
- Duarte Masi, S. (2013). *Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay*. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS, vol. 8, núm. 23, mayo, 2013, pp. 67-87 Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior Buenos Aires, Argentina recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92427464005>
- European Management Forum (1980). *Ethical factors influencing the competitiveness of enterprises in the*. [www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-46452016000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452016000100006).

- Gambino, A. (2003) *La Logística Hoy*. Recuperado de [www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf)
- García Tabuenca A., Crespo J.L., Pablo F., Crecente F, (2012) *Empresas y Empresarios en España en la Primera Década del Siglo XXI*. Marcial Pons.
- Gambino, A. "La Logística Hoy". 2003. Recuperado de [www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf)
- García, J. y Serrano, V. *Competitividad y Eficiencia*. Estudios de Economía Aplicada. 2003. Recuperado de: [www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf)
- Hidalgo, L. (2014). *La cultura de emprendimiento y su formación*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5599803.pdf>. Página 46.
- Hornaday, (1992). Recogido de *Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay* de Duarte Masi, Sergio. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, vol. 8, núm. 23, mayo, 2013, pp. 67-87 Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior Buenos Aires, Argentina recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92427464005>
- Julca, M. E, (2011). *Departamento de psicología social y antropología tesis doctoral: evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: el caso de la universidad san Martín de Porres, Lima (Perú)* Ema Julca Meza director: dr. José Carlos Sánchez noviembre de 2011. Recuperado de [https://gredos.usal.es/jspui/.../1/DPSA\\_Julca\\_Meza\\_E.\\_Evaluación\\_de\\_factores.pdf](https://gredos.usal.es/jspui/.../1/DPSA_Julca_Meza_E._Evaluación_de_factores.pdf) por E Julca Meza - 2012 - Mencionado por 10 - Artículos relacionados
- Hernández, R.C, Arano, Ch. R, (2015). *El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial (The development of entrepreneurial culture in college students to strengthen business culture)*. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>



- Ministerio de Educación Nacional de Republica de Colombia (2011). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales*. Agosto. ISBN 978-958-691-402-4. Recuperado de [http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles/307150\\_archivo\\_pdf\\_guia39.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles/307150_archivo_pdf_guia39.pdf).
- Montoya, Noriega, Sánchez, Urbina (2016). Tesis para maestría: “*Proyecto de escuela de coaching para emprendedores como actores principales del desarrollo de la economía nacional*”. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.upc.edu.pe/.../Tesis+Final+Escuela+de+Coaching+Emprendedor>.
- Salim. L. & Carbajal, R. (2006). *Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires*. Recuperado de [http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios\\_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf](http://www.ec.gba.gov.ar/areas/estudios_proyecciones/Archivos/Cuaderno74.pdf)
- Salim, L. & Carbajal, R. (2006). *Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de buenos aires*. Recuperado de: <https://docplayer.es/3240112-Competitividad-marco-conceptual-y-analisis-sectorial-pa>.
- Sparano, R. H, (2014). *Emprendimiento en américa latina y su impacto en la gestión de proyectos. entrepreneurship in latin america and its impact in project management emprendedorismo na américa latina e seu impacto na gestão de projetos*. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, p. 95-106. JJEL: M1, M14, M54. Recuperado de <http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas...12.../articulo07.pdf>
- Stevenson, H. (2000). *Why the entrepreneurship has won!*. Recuperado de [www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf](http://www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf)
- Serida, Nakamatsu, Borda, Morales, (2013). *GEM: global entrepreneurship monitor. Perú 2012*. Recuperado de [https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2013/09/27/GEM\\_Peru\\_2012.pdf](https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2013/09/27/GEM_Peru_2012.pdf).

Vallmitjana, I. P, (2015). *Tesis doctoral: “La actividad emprendedora de los graduados IQS. Centro Institut Quimic de Sarria.* Departamento de Gestión Empresarial. Dirigida por Dr. Enric Julia I Danes. Recuperado de:

<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/.../Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Pa%20la.pdf?..>

Zorrilla, M. D, (2013). Pontificia Universidad Católica del Perú. Escuela de Posgrado. Maestría en Gerencia Social. *“Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el Distrito de San Juan de Lurigancho. caso: Proyecto jóvenes pilas del programa de empleo juvenil de inpet (2007-2009)”* tesis para optar el grado de magister en gerencia social. recuperado de [http://www.tesis.pucp.edu.pe/repositorio/.../zorrilla\\_mejia\\_david\\_factores\\_inpet.pdf](http://www.tesis.pucp.edu.pe/repositorio/.../zorrilla_mejia_david_factores_inpet.pdf).

**ANEXO 01**

## CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA MEDIR LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO DE ESTUDIANTES

### 1. Presentación

Estimado estudiante, el presente cuestionario es parte importante de una investigación con fines académicos, por lo que se le pide su valiosa colaboración mediante sus respuestas a cada uno de los ítems relacionados con su cultura de emprendimiento.

### 2. Datos generales

- a) Sexo:  M  F
- b) Edad: .....años
- c) Ciclo de estudios: .....
- d) Escuela profesional: (Marque con X).
- Ingeniería Industrial
  - Ingeniería de Sistemas
  - Ingeniería Electrónica
  - Ingeniería Informática

### 3. Indicaciones

- a) Por favor responder con absoluta sinceridad, este cuestionario que es anónimo.
- b) Lea cuidadosamente los siguientes enunciados (ítems) y por cada uno de estos marque con X una alternativa en la columna respectiva.

### 4. Preguntas

Nº O	ITEMS (INTERROGANTES)	Nulo (Ninguno) 0	Muy Poco 1	Poco 2	Mas que poco 3	Amplio 4	Muy amplio 5
	<b>Dimensión: Conocimiento sobre emprendimiento</b>						
01	Su conocimiento sobre la elección de la idea de negocio es:						
02	Su conocimiento sobre el enunciado de la idea de negocio es:						
03	Su conocimiento sobre elaboración de planes de negocio es:						
04	Su conocimiento sobre la elaboración de proyectos de inversión es:						
05	Sobre la constitución de un negocio su conocimiento es:						
06	Sobre la formalización de un negocio su conocimiento es:						
07	Sobre la puesta en marcha de un negocio su conocimiento es:						
08	Su conocimiento sobre la dinámica operativa o funcionamiento de un negocio es:						

Nº O	ITEMS (INTERROGANTES)	Ninguno (Ninguna) 0	Muy poco(a) 1	Poco(a) 2	Más que poco(a) 3	Mucho (Mucho) 4	Muchísimo (muchísima) 5
	<b>Dimensión: Actitud emprendedora</b>						
09	¿Usted tiene intención de emprender un negocio propio a corto plazo?						
10	¿Usted tiene el deseo autorrealización profesional a través de un negocio propio?						
11	¿Usted valora el emprendimiento y el logro de tener un negocio propio?						

Nº O	ITEMS (INTERROGANTES)	Nunca 0	A veces 1	Muchas veces 2	Casi siempre 3	Siempre 4
	<b>Dimensión: Práctica de los valores del emprendimiento</b>					
12	¿Asume riesgos trascendentes o importantes?					
13	¿Persevera en todo lo que emprende o inicia?					
14	¿Ambiciona logros importantes?					
15	¿Se apasiona en/por emprendimientos importantes?					
16	¿Practica la autodisciplina?					
17	¿Suele ser lo que dice ser o sea es usted una persona íntegra?					
18	¿Ha liderado grupos o equipos de personas en emprendimientos de negocios o de causas sociales?					

**Muchísimas gracias por su colaboración**

## **ANEXO 02**

## CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA MEDIR LA COMPETITIVIDAD PARA LOS NEGOCIOS DE LOS ESTUDIANTES

### 1. Presentación

Estimado estudiante, el presente cuestionario es parte importante de una investigación con fines académicos, por lo que se le pide su valiosa colaboración mediante sus respuestas a cada uno de los ítems relacionados con su competitividad para los negocios.

### 2. Datos generales

- e) Sexo:  M  F
- f) Edad:.....años
- g) Ciclo de estudios: .....
- h) Escuela profesional: (Marque con X).
- Ingeniería Industrial
  - Ingeniería de Sistemas
  - Ingeniería Electrónica
  - Ingeniería Informática

### 3. Indicaciones

- c) Por favor responder con absoluta sinceridad, este cuestionario que es anónimo.
- d) Lea cuidadosamente los siguientes enunciados (ítems) y por cada uno de estos marque con X una alternativa en la columna respectiva.

### 4. Preguntas

Nº O	ITEMS (INTERROGANTES)	Nada competitivo 0	Muy poco competi- vo 1	Poco compe- titivo. 2	Mas que poco competitivo 3	Lo sufici- ente cometi- tivo 4	Muy cometi- tivo. 5
	<b>Dimensión 1: Competitividad en gestión de marketing y ventas</b>						
01	En investigación de mercados usted es:						
02	En segmentación de mercados usted es:						
03	En diseño de productos usted es:						
04	En fijación de precios de productos usted es:						
05	En planificación de campañas promocionales usted es:						
06	En ejecución de campañas promocionales usted es:						

07	En proceso de ventas de productos diversos usted es:						
<b>Nº</b>	<b>ITEMS (INTERROGANTES)</b>	Nada competitivo 0	Muy poco competitivo 1	Poco competitivo. 2	Mas que poco competitivo 3	Lo suficiente competitivo 4	Muy competitivo. 5
	<b>Dimensión 2: Competitividad en gestión financiera</b>						
08	En elaboración de presupuestos de una empresa usted es:						
09	En gestión del capital de trabajo de una empresa usted es:						
10	En gestión de inversiones usted es:						
11	En gestión de financiamientos para un negocio usted es:						
12	En aspectos o asuntos contables usted es:						
13	En sistemas de control financiero usted es:						
	<b>Dimensión 3: Competitividad en gestión de la logística</b>						
14	En la gestión de las compras para un negocio usted es:						
15	En la gestión de inventarios de un negocio usted es:						
16	En la gestión del almacén de un negocio usted es:						
17	En la distribución o abastecimiento interno usted es:						
	<b>Dimensión 4: Competitividad en gestión de procesos de producción.</b>						
18	En planificación de los procesos de producción usted es:						
19	En la ejecución del proceso de producción usted es:						
20	En cómo incrementar la productividad de mano de obra en una empresa, usted es:						
21	En cómo incrementar la productividad de maquinarias en una empresa, usted es:						
22	En cómo incrementar la productividad de materiales en una empresa, usted es:						
23	En control de la calidad del proceso de producción usted es:						
	<b>Dimensión 5: Competitividad en gestión de RR. HH.</b>						
24	En diseño de cargos o puestos para una empresa usted es:						
25	En reclutamiento de personal para una empresa usted es:						
26	En selección de personal para una empresa usted es:						
27	En inducción al personal de una empresa usted es:						
28	En motivación al personal en una empresa usted es:						
29	En supervisión al personal en una empresa usted es:						
30	En delegación de funciones en una empresa usted es:						
31	En remuneraciones al personal en una empresa usted es:						
32	En evaluación del desempeño de personal usted es:						