

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Administración y Sistemas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

Emprendimiento y Competencias en los Millennials de la Facultad de
Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa,
Chanchamayo – 2021

Para Optar : El título profesional de Licenciado en
Administración

Autora : Bach. Jair Bryan, Alcantara Clemente.
Bach. Jenifer Laura, Rojas Quispe.

Asesor : Mtra. Rocio Mirella Gutarra Elias

Línea de Investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de Los
Institucional Recursos

Fecha de Inicio y Culminación : 29.12.2021 / 28.12.2022

Huancayo – Perú

2022

Hoja de aprobación de jurados

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Tesis

Emprendimiento y Competencias en los Millennials de la Facultad de Administración en la

Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo – 2021

Desarrollado por:

Bach. Jair Bryan, Alcántara Clemente

Bach. Jenifer Laura, Rojas Quispe

Para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Aprobado por el siguiente jurado:

Presidente

Primer miembro

Segundo miembro

Tercer miembro

Huancayo, de del 2022

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Administración y Sistemas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

Emprendimiento y Competencias en los Millennials de la Facultad de
Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa,
Chanchamayo – 2021

Para Optar : El título profesional de Licenciado en
Administración

Autora : Bach. Jair Bryan, Alcántara Clemente.

Bach. Jenifer Laura, Rojas Quispe.

Asesor : Mtra. Rocío Mirella Gutarra Elías

Línea de Investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de Los
Institucional Recursos

Fecha de Inicio y Culminación : 29.12.2021 / 28.12.2022

Huancayo – Perú

2022

Asesora

Mtra. Rocío Mirella Gutarra Elías

Dedicatoria

Con todo el cariño, el amor, y el respeto que se merecen, dedicamos la presente tesis a nuestros progenitores, por hacer de nosotros personas de bien, y por todo el soporte ilimitado que nos brindan.

A nuestros hermanos, primos y tíos, que de forma directa e indirecta nos ayudan a crecer como profesionales.

A nuestros docentes de la universidad, que nos impartieron, semestre tras semestre, sabias que hoy en día, nos es útil.

Agradecimiento

Nuestro reconocimiento eterno:

A Dios, por brindarnos una familia admirable en todos los aspectos, asimismo por brindarnos salud, sabiduría, y paciencia, en nuestro actuar personal y profesional.

A la Universidad Peruana Los Andes, por hacernos parte de esta hermosa familia de profesionales en las ciencias administrativas y contables.

A la maestra, Rocío Mirella Gutarra Elías, por el compromiso que pone para hacer de nuestra universidad una de las mejores de la región.

Y, a nuestros padres, por todo el esfuerzo que hacen para vernos mejor cada día.

Bryan y Jenifer

CONSTANCIA

DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, hace constar por la presente, que el informe final de tesis titulado:

EMPRENDIMIENTO Y COMPETENCIAS EN LOS MILLENNIALS DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN EN LA UNIVERSIDAD JUAN SANTOS ATAHUALPA, CHANCHAMAYO – 2021

Cuyo autor(es) : ALCÁNTARA CLEMENTE JAIR BRYAN

ROJAS QUISPE JENIFER LAURA

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

Escuela Profesional : ADMINISTRACION Y SISTEMAS.

Asesor(a) : MG. ROCÍO MIRELLA GUTARRA ELÍAS.

Que fue presentado con fecha 23.01.2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 01.02.2023; con la siguiente configuración de software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía.
- Excluye citas.
- Excluye cadenas menores de a 20 palabras.
- Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de 24%.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el 30%. Se declara, que el trabajo de investigación: Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.

Observaciones: Numero 01. de Intento.

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presenta constancia.

Huancayo, 02 de febrero del 2023.



Dr. Armando Juan Adauto Ávila
 Director de Unidad de Investigación
 Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Introducción

Al realizar una encuesta piloto preliminar en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central “Juan Santos Atahualpa”, se ha detectado un porcentaje significativo de estudiantes que se encuentran insatisfechos con el proceso de enseñanza y las competencias adquiridas como profesional, a esto le acompaña otro porcentaje de indiferencia preocupante, para los intereses de la facultad.

Por ello, el problema planteado es: ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?

El objetivo de la investigación es determinar la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

De igual manera la hipótesis planteada para la investigación es: Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

Y con el propósito de contrastar esta hipótesis y demostrarla se desarrollará la investigación bajo la estructura siguiente:

El Capítulo I, titulado PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, trae consigo, la descripción del problema, las delimitaciones, la formulación del problema, las justificaciones, y los objetivos de la investigación.

El Capítulo II, titulado MARCO TEÓRICO, trae consigo, los antecedentes, las bases teóricas, y el marco conceptual.

El Capítulo III, titulado HIPÓTESIS, trae consigo, la hipótesis, las variables y la operacionalización de las variables.

El Capítulo IV, titulado METODOLOGÍA, trae en su tenor, el método, el tipo, nivel y diseño de investigación, la población, la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las técnicas de procesamiento y análisis de datos, y los aspectos éticos.

El Capítulo V, titulado RESULTADOS, trae consigo, los resultados descriptivos y los resultados inferenciales.

Para culminar el trabajo se complementa con el análisis y discusión de los resultados, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas, y los anexos.

Los autores

Contenido

Caratula	
Hoja de aprobación de jurados.....	ii
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Introducción	viii
Contenido.....	x
Contenido de tablas.....	xiv
Contenido de figuras	xvi
Resumen.....	xviii
Abstract.....	xix

CÁPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.	Descripción de la realidad problemática	20
1.2.	Delimitación del problema	24
	1.2.1. Delimitación Espacial.....	24
	1.2.2. Delimitación Temporal.....	24
	1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática	24
1.3.	Formulación del problema.....	24
	1.3.1. Problema General	24
	1.3.2. Problemas Específicos	24
1.4.	Justificación.....	25
	1.4.1. Justificación Social	25
	1.4.2. Justificación Teórica.....	25
	1.4.3. Justificación Metodológica.....	26

1.5.	Objetivos	26
1.5.1.	Objetivo General.....	26
1.5.2.	Objetivos Específicos	26

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1.	Antecedentes	28
2.1.1.	Antecedentes nacionales.....	28
2.1.2.	Antecedentes internacionales	31
2.2.	Bases Teóricas o Científicas.....	33
2.2.1.	Emprendedor	33
2.2.2.	Tipos de emprendedores	34
2.2.3.	Emprendimiento	38
2.2.4.	Competencias	44
2.2.5.	Generación millennials	44
2.3.	Marco Conceptual	47

CAPÍTULO III

HIPOTESIS

3.1.	Hipótesis General	51
3.2.	Hipótesis Específicas.....	51
3.3.	Variables (definición conceptual y operacional).....	52
3.3.1.	Primera variable.....	52
3.3.2.	Segunda variable.....	52
3.3.3.	Cuadro de operacionalización de las variables.....	53

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1.	Método de Investigación	55
4.1.1.	Método general	55
4.1.2.	Métodos específicos	55
4.2.	Tipo de Investigación	56
4.3.	Nivel de Investigación.....	57
4.4.	Diseño de la Investigación	57
4.5.	Población y muestra	58
4.5.1.	Población	58
4.5.2.	Muestra	62
4.6.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	63
4.6.1.	Confiabilidad y validez del instrumento.....	64
4.7.	Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	66
4.7.1.	Técnicas de Procesamiento de Datos	66
4.7.2.	Técnicas de Análisis de Datos	67
4.8.	Aspectos Éticos de la Investigación	67

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1.	Descripción de Resultados	68
5.1.1.	Resultados Descriptivos del cuestionario aplicado	68
5.2.	Contrastación de la hipótesis.....	87
5.2.1.	Contrastación de la hipótesis general	88
5.2.2.	Contrastación de la hipótesis específica 1	90
5.2.3.	Contrastación de la hipótesis específica 2	92
5.2.4.	Contrastación de la hipótesis específica 3	94
5.2.5.	Contrastación de la hipótesis específica 4	96

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	99
CONCLUSIONES	102
RECOMENDACIONES.....	104
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	105

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables

Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento

Anexo 4: Instrumento de investigación y constancia de su aplicación

Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento

Anexo 6: Data de procesamiento de datos

Anexo 7: Consentimiento Informado

Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento

Contenido de tablas

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de la primera variable.....	53
Tabla 2 Cuadro de operacionalización de la segunda variable.	54
Tabla 3 Población de estudio.	58
Tabla 4 Muestra de estudio.	63
Tabla 5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	63
Tabla 6 Confiabilidad del instrumento de la primera variable.....	64
Tabla 7 Estadística de fiabilidad para el instrumento de la primera variable.	64
Tabla 8 Confiabilidad del instrumento de la segunda variable.	65
Tabla 9 Estadística de fiabilidad para el instrumento de la segunda variable.....	65
Tabla 10 Resultado de la validación de los expertos.	66
Tabla 11 Resultados descriptivos sobre la actitud emprendedora de los millennials.	68
Tabla 12 Resultados descriptivos sobre el espíritu emprendedor de los millennials.....	70
Tabla 13 Resultados descriptivos sobre el emprendimiento de los millennials.....	71
Tabla 14 Resultados agrupados de la variable emprendimiento.	72
Tabla 15 Resultados descriptivos sobre las habilidades interpersonales de los millennials...	74
Tabla 16 Resultados descriptivos sobre la confianza y motivación de los millennials.	75
Tabla 17 Resultados descriptivos sobre el pensamiento crítico de los millennials.	77
Tabla 18 Resultados descriptivos sobre la innovación y la creatividad de los millennials. ...	78
Tabla 19 Resultados descriptivos sobre las competencias de los millennials.....	79
Tabla 20 Resultados agrupados sobre la variable competencias de los millennials.	81
Tabla 21 Cuadro de resumen de la entrevista.	86
Tabla 22 Relación entre Emprendimiento y las Competencias de los millennials.	88
Tabla 23 Relación entre Emprendimiento y Habilidades interpersonales de los millennials.	90
Tabla 24 Relación entre Emprendimiento y Confianza-motivación de los millennials.	92

Tabla 25 Relación entre el Emprendimiento y el Pensamiento crítico de los millennials.....95

Tabla 26 Relación entre Emprendimiento y innovación y creatividad de los millennials.....97

Contenido de figuras

Figura 1 Índice de espíritu emprendedor.	21
Figura 2 Nivel de satisfacción sobre la enseñanza adquirida por los millennials.....	22
Figura 3 Nivel de satisfacción sobre competencias adquiridas en los millennials.	23
Figura 4 Efecto de la educación con emprendimiento.....	41
Figura 5 Competencias emprendedoras.	42
Figura 6 Diseño descriptivo correlacional.	58
Figura 7 Resultados descriptivos sobre la actitud emprendedora de los millennials.....	69
Figura 8 Resultados descriptivos sobre el espíritu emprendedor de los millennials.	70
Figura 9 Resultados descriptivos sobre el emprendimiento de los millennials.	71
Figura 10 Resultados agrupados de la variable emprendimiento.	73
Figura 11 Resultados descriptivos sobre las habilidades interpersonales de los millennials.	74
Figura 12 Resultados descriptivos sobre la confianza y motivación de los millennials.....	76
Figura 13 Resultados descriptivos sobre el pensamiento crítico de los millennials.	77
Figura 14 Resultados descriptivos sobre la innovación y la creatividad de los millennials... ..	78
Figura 15 Resultados descriptivos sobre las competencias de los millennials.	80
Figura 16 Resultados agrupados sobre la variable competencias de los millennials.....	81
Figura 17 ¿Cuáles son sus objetivos de emprendimiento cuando terminan la carrera?	82
Figura 18 ¿Considera que la actitud positiva es necesaria para no cometer errores?	83
Figura 19 ¿Es consciente que tener iniciativa propia es la base para poder emprender?	83
Figura 20 ¿Para un emprendedor es necesario que su capacidad de análisis sea disruptiva?.84	84
Figura 21 ¿Creó usted que sus habilidades personales e interpersonales mejoraron?	84
Figura 22 ¿Hoy en día considera que su confianza y motivación es diferente a lo de antes? 85	85
Figura 23 ¿El pensamiento que ahora maneja tiene amplitud, precisión y lógica?	85
Figura 24 ¿Se siente preparado para generar nuevos conocimientos y técnicas creativas? ...	86

Figura 25 Coeficiente de correlación.....	87
Figura 26 Dispersión lineal sobre la hipótesis general.	89
Figura 27 Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 1.	91
Figura 28 Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 2.	93
Figura 29 Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 3.	95
Figura 30 Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 4.	97

Resumen

La tesis en mención, inició con la pregunta ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?, motivo por el cual el objetivo fue: Determinar la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; como consecuencia cual se realizó un trabajo de tipo básica, del nivel correlacional y diseño descriptivo - correlacional; cuyas técnicas de recolección de datos, fueron:, a la encuesta y la entrevista, aplicada una muestra de 97 millennials. Como resultado final, se concluye que el emprendimiento se relaciona positiva y significativamente con las competencias de los millennials, y esto se respalda con un coeficiente de 0.768, un p valor de 0,000; por ello, se recomienda hacer público y de conocimiento los resultados alcanzados, en toda la comunidad universitaria, para que la tomen como base, y a partir de ello, puedan mejorar sus competencias personales y emprender nuevos proyectos que ayuden al desarrollo de la sociedad en general.

Palabras clave: *Emprendimiento; Competencias de los Millennials.*

Abstract

The thesis in question began with the question: What is the relationship between entrepreneurship and the skills of millennials in the Faculty of Administration of the Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, in the period 2021?, which is why The objective was: To determine the relationship between entrepreneurship and the skills of millennials in the Faculty of Administration of the Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, in the period 2021; as a consequence, a basic type work was carried out, of the correlational level and descriptive - correlational design; whose data collection techniques were: to the survey and the interview, applied to a sample of 97 millennials. As a final result, it is concluded that entrepreneurship is positively and significantly related to the skills of millennials, and this is supported by a coefficient of 0.768, a p value of 0.000; For this reason, it is recommended to make the results achieved public and known throughout the university community, so that they take it as a basis, and from there, they can improve their personal skills and undertake new projects that help the development of society in general.

Keywords: *Entrepreneurship; Millennial Competencies.*

CÁPITULO I

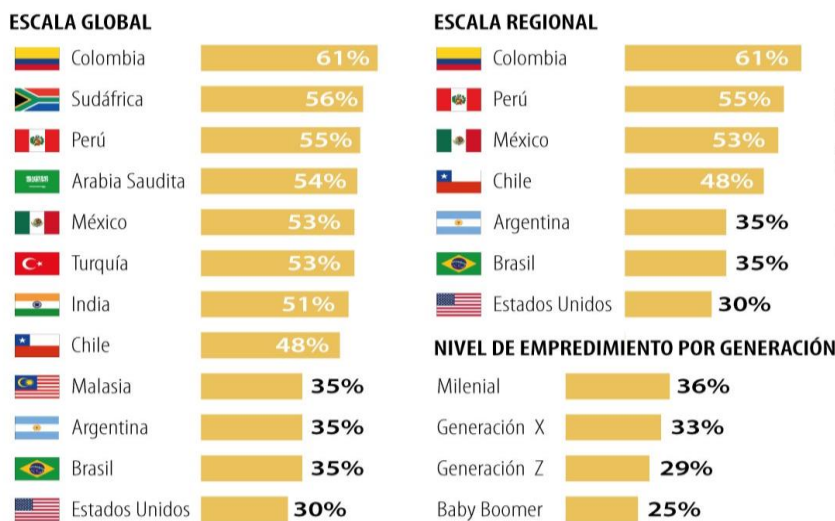
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En concordancia a los cambios que se vienen dando en el escenario de las generaciones humanas, el emprendimiento se ha convertido en una de los caminos que muchos jóvenes han optado para generar una estabilidad económica, pero se han chocado con muchos factores que les impide realizar este proceso; por otra parte, debe aclararse que estos millennials cuentan con competencias y características diferentes a las otras generaciones, ellos prefieren aprender de manera autodidacta, les encanta las redes sociales, prefieren abrir sus propios negocios, no les interesan las noticias, no les gusta leer, y se fían más de información virtual, hecho que en muchos escenarios ha generado inconveniencias en las otras generaciones.

En el contexto internacional:

De acuerdo con al trabajo desarrollado por (Ipsos, 2021), sobre el emprendimiento en medio de la pandemia, encontramos el índice de espíritu emprendedor que nos indica la posición de Colombia, Perú, México, Chile, Argentina y Brasil en el top diez.

Figura 1*Índice de espíritu emprendedor.*

Nota. La figura muestra el Top diez de los países con espíritu emprendedor, donde Colombia tiene el mayor espíritu emprendedor de Latinoamérica según estudio de Ipsos Fuente. Ipsos 2021.

Este estudio, fue desarrollado a finales del año 2020, en la cual participaron 20.504 personas mayores de edad de 28 países, donde “la generación de los millennials manda la parada con 36%, seguidos por la Generación X, con 33%; la generación Z, con 29%, y los Baby Boomers, que alcanzaron una medición de 25%”.

Algo semejante en el contexto americano según (Canales, Román, & Ovando, 2017), en México, “se refuta la situación ideal del emprendimiento enunciada bajo los preceptos teóricos, ya que en el caso de los jóvenes mexicanos se deduce que la actividad emprendedora emerge como una forma de sobrevivencia más que una manera de explotar el entorno para los negocios, la motivación personal y las capacidades físicas e intelectuales”.

En el contexto nacional:

Según la gerente general de Comex Perú, Jessica Luna, “Del total de empresas en el Perú, 5,9 millones de negocios mypes que emplean a 8,4 millones de trabajadores. Sin embargo, el 83,3% de estos negocios es informal, con todas las consecuencias negativas que ello genera”. Además, “la participación de las mypes en la producción nacional se ha reducido

en los últimos años, pasando del 29% en el 2009 al 19% en el 2018, lo que indicaría pérdida de competitividad o participación en rubros de baja productividad” (Luna, 2019).

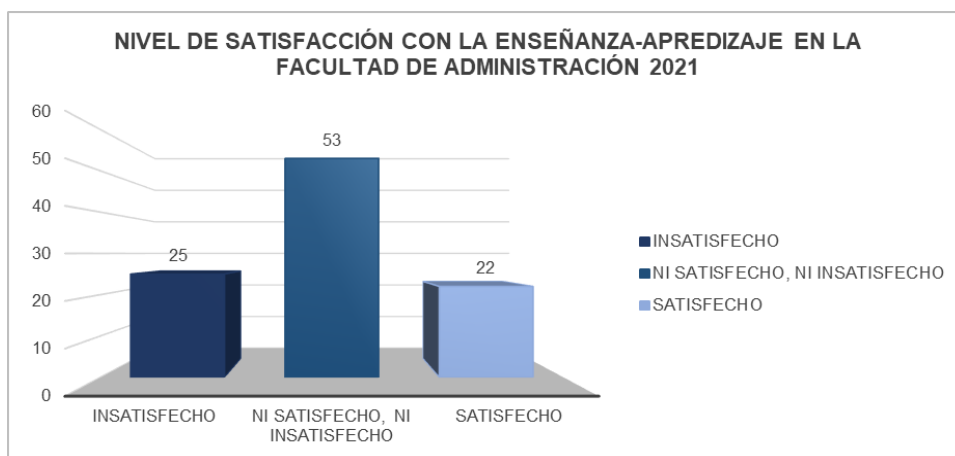
Por otro lado, el gerente de Aptitus, Joseph Zumaeta, menciona que “Del total, el 43.2% de millennials ocupa puestos de analistas, ejecutivos y asistentes. Asimismo, el 25.8% se desempeña como técnicos o en cargos operativos, y otro 12.7% como jefes y supervisores y el 18.3% como practicantes” (Zumaeta, 2018).

En el contexto local:

Concretamente, en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, de acuerdo a la encuesta piloto realizada a 100 millennials, para diagnosticar el nivel de satisfacción en el proceso de enseñanza-aprendizaje y su relación con sus competencias individuales, ante la pregunta ¿Cuán satisfecho se siente con el servicio de enseñanza-aprendizaje, que viene recibiendo en la facultad?

Figura 2

Nivel de satisfacción sobre la enseñanza adquirida por los millennials.



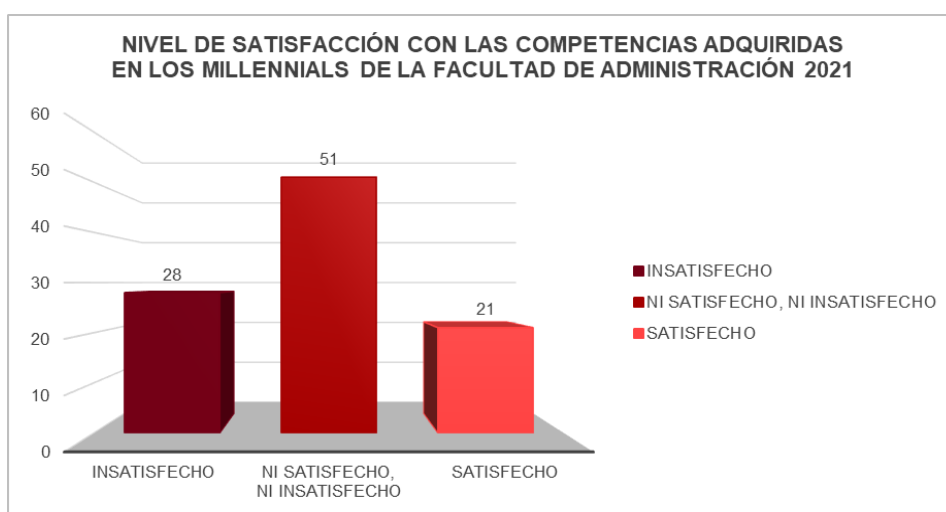
Nota. Las figuras muestran el nivel de satisfacción de los estudiantes de la facultad de administración, en relación a la enseñanza que reciben en su formación profesional. Fuente. Encuesta piloto desarrollada por los responsables de la investigación.

Los resultados demuestran: El 25% se encuentra insatisfechos, el 53% se muestra indiferentes ante la pregunta, mientras que el 22% responden que se encuentran satisfechos.

Y ante la pregunta ¿Cuán satisfecho se siente con las competencias adquiridas como futuro profesional de las ciencias administrativas?

Figura 3

Nivel de satisfacción sobre competencias adquiridas en los millennials.



Nota. Las figuras muestran el nivel de satisfacción de los estudiantes de la facultad de administración, en relación a las competencias adquiridas en su formación profesional. Fuente. Encuesta piloto desarrollada por los responsables de la investigación.

Los resultados nos muestran: el 28% respondieron que se sienten insatisfechos, el 51% se muestra indiferente y el 21% responde que se siente satisfechos; lo que nos indica que el proceso de enseñanza dentro de la facultad no tiene muy buenos resultados en cuanto a la competitividad de los millennials.

A esta información se suma el impacto del COVID-19 que perturbó la educación de los estudiantes en forma drástica, llevando a la educación a un escenario virtual que muy pocos estaban acostumbrados, motivo que conllevó a deserción estudiantil en la facultad de un promedio de 4.33% en relación al periodo 2019, si estos indicadores no se mejoran podemos tener una proyección negativa en los próximos años. Por ello el propósito de la investigación es determinar la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la

Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación Espacial

La unidad de análisis de la presente tesis fue, la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, ubicada en la Av. Perú 612, Pampa del Carmen - Chanchamayo, Junín, Perú.

1.2.2. Delimitación Temporal

El tiempo en el que se realizó la tesis responde al periodo académico 2021, tal como indica en el cronograma de investigación.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

Dentro de este acápite se considera la definición clara y concisa sobre el emprendimiento, como la primera variable, acompañado de sus dimensiones como la actitud emprendedora y el espíritu emprendedor; de igual manera, las competencias de los millennials, como la segunda variable, acompañado de sus dimensiones habilidades interpersonales, confianza y motivación, pensamiento crítico, e innovación y creatividad.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?

1.3.2. Problemas Específicos

1. ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?

2. ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y la confianza y motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?
3. ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?
4. ¿Cuál es la relación entre el emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021?

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación Social

El desarrollo de la tesis, se justifica en el orden social por dos razones fundamentales: En primer lugar, porque con el estudio se pretende brindar alternativas de solución para que la actividad académica en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, tenga una repercusión positiva en el emprendimiento y las competencias de los millennials. En segundo lugar, porque el contenido del presente trabajo (la información) trae beneficios para todos, ya que se encuentra al alcance de los docentes y estudiantes de la facultad, de la universidad, así como del público en general.

1.4.2. Justificación Teórica

Las razones por la que se justifica en el orden teórico el desarrollo de la presente tesis en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, son: Primero, porque que el emprendimiento se ha convertido en una de las actividades que la mayoría de los millennials han optado, porque le permite diseñar, lanzar y administrar su propio negocio; Segundo, porque las competencias de los millennials traen consigo un conjunto de habilidades interpersonales, desarrollo de la confianza y la

motivación, mejora en el pensamiento crítico y mejora en la innovación y la creatividad; y Tercero, porque se pretende brindar a la facultad una información que precise la realidad del emprendimiento y las competencias de los millennials que servirá como base teórica para futuras investigaciones.

1.4.3. Justificación Metodológica

Metodológicamente se justifica el desarrollo de la presente investigación, porque para su desarrollo se utilizará el método científico como método general en la búsqueda de la solución al problema, mientras que como métodos específicos resaltamos el método hipotético deductivo y el método descriptivo, en cual se hará uso de instrumentos de recolección de datos como el cuestionario y la entrevista, los mismos que nos permitirán conocer el comportamiento de las variables en el escenario de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Indicar la relación entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.
2. Definir la relación entre el emprendimiento y la confianza y motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

3. Puntualizar la relación entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.
4. Establecer la relación entre el emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes nacionales

Vega, M. (2018), en su tesis titulada: *“La gestión de procesos y el emprendimiento en estudiantes del VII ciclo de educación – Cañete 2017”*, (Tesis para optar el grado de maestro), desarrollada en la Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Realizó un trabajo de enfoque cuantitativo, tipo básico y diseño no experimental, correlacional de corte transversal, donde se planteó como objetivo “Determinar cómo se relaciona la gestión de procesos y el emprendimiento en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Pública “Dionisio Manco Campos” de Mala, 2017”, la población y la muestra fue de 101 estudiantes del quinto año de secundaria, de la I.E.P. Dionisio Manco Campos de Mala. Como conclusión final se muestra que “Existe una relación positiva y moderada entre la gestión de procesos y el emprendimiento en los estudiantes de secundaria de la Institución Educativa Pública “Dionisio

Manco Campos” de Mala, 2017; habiéndose obtenido un coeficiente de correlación de Spearman igual a 0,533 y un nivel de significancia igual a 0,000”.

Córdova, E. & Maldonado, G. (2017), en su tesis titulada: *“Los millennials con las competencias para futuros líderes disruptivos en la transformación digital en las compañías de seguro de Lima Metropolitana”*, (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración), desarrollada en la Facultad de negocios de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú. Realizaron un trabajo de investigación exploratoria y descriptiva, cuyo objetivo fue: “Analizar si en el mercado laboral existe Millennials con competencias requeridas para convertirse en el futuro líder disruptivo que permita la transformación digital y cubra las necesidades de las compañías de seguros de Lima Metropolitana”, en el cual se tomó como población a 2,576,688 jóvenes de Lima Metropolitana, y como muestra 383 jóvenes. Como conclusión final se obtuvo que “Para el caso de los millennials, de los 383 encuestados, solo 9 jóvenes cumplen con las competencias para ser un trabajador y la competencia con mayor frecuencia de respuesta por parte de los encuestados fue la disposición de aprender. Por lo tanto, existen personas en el mercado laboral que cumplen con las competencias para un futuro líder en transformación digital”.

Lima, J. & Polanco, F. (2017), en su tesis titulada: *“Satisfacción laboral en los millennials en comparación a la Generación X en Arequipa, 2017”*, (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración), desarrollada en la Facultad de Ciencias Económico, Empresariales y Humanas de la Universidad Católica San Pablo. Arequipa, Perú. Realizaron un trabajo de tipo descriptivo comparativo, de corte transversal, de diseño no experimental, cuyo objetivo fue “Comparar la satisfacción laboral entre los millennials y la generación X en la población arequipeña”, donde la población fue 969284 personas, y la muestra estuvo compuesta por 200 personas. Y para finalizar ellos concluyeron “Los factores que más afectan la satisfacción laboral en los millennials son: dimensión cultura organizacional

59% parcial satisfacción laboral, dimensión comunicación y feedback de los jefes con 42 %, y la dimensión salario económico y emocional 39%. Para la generación X los factores que más afectan la satisfacción laboral son: dimensión cultura organizacional 50 %, dimensión comunicación y feedback de los jefes 35 % parcial satisfacción laboral y finalmente la dimensión salario económico y emocional 32 % no encontrándose diferencias significativas entre ambos grupos en cuanto a los factores”

Valencia, A. (2017), en su tesis titulada: “*Actitudes hacia el Emprendimiento Empresarial en estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos de la Provincia de Huancayo*”, (Tesis para optar el grado de maestro), desarrollada en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo, Perú. Realizó un trabajo con un diseño descriptivo comparativo, el cual tuvo como objetivo general “Describir y analizar las actitudes hacia el emprendimiento empresarial en los Institutos de Educación Superior Tecnológico de la Provincia de Huancayo”, donde la población estuvo conformado por los alumnos de cinco Institutos de Educación Superior Tecnológico de la Provincia de Huancayo, entre ellas: “Santiago Antúnez de Mayolo” - Palian, “Andrés Avelino Cáceres Dorregaray” - San Agustín de Cajas, “José María Arguedas” - Sicaya, Franklin Roosevelt, Eugenio Paccelly y como muestra 330 estudiantes en total provenientes de cinco Institutos de Educación Superior Tecnológico de la Provincia de Huancayo, de acuerdo a los resultados se concluyó que “Las actitudes hacia el emprendimiento empresarial en los estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos de la Provincia de Huancayo existe suficiente evidencia muestral que nos permite afirmar que a un nivel de significancia del 0,05 que la media de los puntajes de las actitudes al emprendimiento son mayores o iguales que 313, lo cual según nuestro Baremos es alto”.

Vargas, E. & Muñoz, M. (2015), en su tesis titulada: “*Grupos Generacionales y Actitud de Satisfacción Laboral*”, (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Psicología), desarrollada en la Universidad Católica de Santa María. Arequipa, Perú.

Realizaron una investigación de tipo descriptivo correlacional, cuyo objetivo fue: “Identificar cuál es el Grupo Generacional que presenta una actitud de mayor satisfacción laboral y sus características”, donde la muestra se estuvo compuesta por 300 colaboradores de una empresa de rubro construcción. Finalmente llegaron a concluir en que “La hipótesis es estadísticamente aceptable, siendo así, que el grupo generacional Y, se asocia a una Actitud de Satisfacción Laboral más alta que los grupos Generacionales X y Baby Boomer”.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Conzanza, M. (2018), en su tesis titulada: “*Factores claves en la retención de talentos millennial dentro de la Industria de Software y Servicios Informáticos (SSI)*”, (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración), desarrollada en la Universidad Nacional del Centro. Buenos Aires, Argentina. Realizó una investigación con un diseño de investigación basado en el estudio de un caso, donde el objetivo fue: “Identificar y comprender los factores que son más valorados y que por lo tanto contribuyen a la retención de talentos en empresas del sector de SSI, para los trabajadores de la denominada Generación Millennial”, la población estuvo conformada 1400 empleados y la muestra fue de 130 empleados. Finalmente llegó a concluir “En particular en este último aspecto, encontramos que esta generación valora más el aprendizaje brindado por la experiencia laboral que el aprendizaje que se desprende de un título universitario. Esto repercute en mayores demandas de entrenamiento por parte de las mismas empresas, para llevar a cabo sus tareas de manera satisfactoria. La experiencia y la capacitación en la empresa son los elementos más valorados en el desarrollo de carrera”.

Barbitta, C. (2017), en su tesis titulada: “*Plan de negocios para el emprendimiento Happyhands Centro de Belleza para manos y pies.*”, (Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Comercial), desarrollada en la Universidad Técnica Federico Santa María. Santiago de Chile. Realizó una investigación de carácter concluyente descriptivo, que tuvo como objetivo: “Crear un plan de negocios para el centro de embellecimiento de manos y pies

HappyHands, ubicado en el Sub Centro de la comuna de Las Condes, que permita apoyar y garantizar el crecimiento de la empresa en un período de corto plazo”, la población se conformó por el nicho de los consumidores entre edades de 20 a 70 años, de los estratos socioeconómicos ABC1 y C2 de la zona oriente y la muestra estuvo compuesta por 200 personas. Finalmente llegó a concluir “La ventaja competitiva reside en la diferenciación, la cual es generada en base a los esfuerzos por mantener la calidad superior a sus rivales, y también en menor medida en la búsqueda constante por la innovación. Tales ejes diferenciadores fueron logrados a partir de tangibles e intangibles propios de la empresa y con los esfuerzos por lograr excelencia operacional”.

Molina, G. (2016), en su tesis titulada: *“La generación sin jefes: Millennials que deciden renunciar al trabajo convencional para ser independientes”*, (Tesis para optar el grado de maestro), desarrollada en la Universidad de Buenos Aires. Argentina. Realizó una investigación de diseño cualitativo-explicativo, cuyo objetivo fue: “Analizar cuáles son los motivos por los cuales los jóvenes colombianos y argentinos de la generación Y están desertando del trabajo dentro de organizaciones para trabajar de manera independiente”, donde la población estuvo conformada 207 millennials de ambos países y la muestra fue de 10 jóvenes colombiano y 10 jóvenes argentinos. Finalmente llegó a concluir en que “El fenómeno de la “Generación sin jefes” es real y creciente, ya que se demostró a través de los casos indagados, de la encuesta realizada y de los muchos estudios consultados, que los jóvenes de la generación Y están realmente interesados y atraídos por el mundo de la independencia laboral, mucho más que por el mundo empresarial”.

Cantos, F. (2015), en su tesis titulada: *“Estrategia de emprendimiento comunitario para fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio José Tipan Niza del cantón Santa Elena, periodo 2015”*, (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Organización y Desarrollo Comunitario), desarrollada en la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Ecuador. Realizó una investigación de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo, cuyo objetivo fue: “Proponer una estrategia de emprendimiento comunitario mediante el establecimiento de un proyecto que fomente el desarrollo socioeconómico del barrio José Tipan Niza del Cantón de Santa Elena”, donde la población estuvo conformada por los habitantes del barrio en mención el cual fue de 1420 habitantes y de acuerdo al resultado de la fórmula la muestra fue de 303 habitantes. Finalmente llegó a concluir en que “El proyecto para el aprovechamiento de la Sede Social como una Sala de Eventos Comunitarios en el barrio José Tipan Niza tiene como finalidad ingresar al mercado un servicio innovador que cuente con los parámetros establecidos en las leyes y por ende fortalezca la asociación entre moradores lo cual servirá para el mejoramiento económico y calidad de vida del sector”.

Somarriba, F. (2015), en su tesis titulada: “*Actividad Emprendedora en el Desarrollo Económico Local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013*”. (Tesis para optar el grado de doctor). Desarrollado en la Universidad de Alcalá. Alcalá de Henares, España. Desarrolló una investigación con una metodología cualitativo; el cual tuvo como objetivo “Analizar la actividad emprendedora de las empresas de menor tamaño, así como su relación con el desarrollo económico local”, para lo cual consideró una población de 4,432 empresas de menor tamaño y como muestras se utilizó a 614 empresas, concluyendo con la investigación “Se determinó que el emprendimiento es motor de desarrollo de las MIPYME, así como las empresas de menor tamaño son centros de desarrollo del emprendimiento y dinamizan una de las formas de emprendimiento a pequeña escala”.

2.2. Bases Teóricas o Científicas

2.2.1. Emprendedor

Ser emprendedor es perder el miedo a los riesgos, de tal manera que se pueda diseñar, lanzar y poner en funcionamiento una idea tomando como base la innovación y la creatividad.

En el siglo XX, Schumpeter (1949), Kingth (1942) y Kinzner (1979), citados por Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015), el concepto más aceptado de emprendedor fue popularizado por el economista Joseph Schumpeter como “alguien versátil, que posee las habilidades técnicas para saber producir, reunir recursos financieros, organizar las operaciones internas y capitalizar sus esfuerzos a través de las ventas” (p. 07).

Tomando en cuenta este principio Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015), nos dicen que emprendedor “es el principal promotor de desarrollo económico y social de un país; es quien identifica las oportunidades, las aprovecha y busca los recursos para hacer de ellas un negocio rentable” (p. 07).

De acuerdo a SEBRAE (2010), citado por Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) el emprendedor “Es un individuo capaz de pensar y actuar de forma innovadora, identificando y creando oportunidades, inspirando, renovando y liderando procesos, tornando posible lo que parece imposible, entusiasmando personas, combatiendo la rutina y asumiendo riesgos calculados con el objetivo de obtener lucro” (p. 07).

2.2.2. Tipos de emprendedores

En el desarrollo de este apartado se toma en cuenta el trabajo de José Bóveda; Adalberto Oviedo y Ana Yakusik en el Manual de Emprendedorismo, en el año 2015:

Emprendedores externos

De acuerdo al trabajo de Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Son personas claves que contemplan nuevas oportunidades, nuevas técnicas, nuevas líneas de producción, nuevos productos y coordinan todas las demás actividades, consolidan nuevos proyectos estratégicamente relevantes por medio de la optimización de sus capacidades de innovación” (p. 09).

Emprendedores internos o intraemprendedores

Tomando en consideración a Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) se dice que “Son aquellas personas con visión empresarial, que invierten tiempo suficiente en ideas innovadoras desde el interior de las empresas a través de procesos abiertos que los recogen, moldean, mejoran y canalizan en forma de negocio, beneficiándoles a ellos mismos y al crecimiento de la empresa” (p. 09).

Emprendedores creadores

Algo semejante al párrafo que antecede Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) nos menciona que “Son aquellos que deciden fundar una empresa basándose en un producto, servicio o tecnología propia o que han desarrollado por sí mismos. Los emprendedores creadores poseen un diferencial competitivo muy apreciado, su capacidad creadora; mientras unos copian, ellos están creando nuevos productos o buscando nuevos procesos” (p. 09).

Emprendedores de franquicias

También aquí se rescata a Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) quien nos dice que “A pesar de que, en la opinión de algunos especialistas, estos no siempre son considerados emprendedores, se debe reconocer que presentan características emprendedoras diferentes, además de las posibilidades que tienen de aprender, de desarrollar habilidades y actitudes que potencien las capacidades emprendedoras” (p. 09).

Emprendedores por necesidad

Acorde al trabajo de Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Muchas personas emprenden porque no encuentran ninguna otra alternativa para su subsistencia personal o familiar. Esto suele suceder en momentos de crisis, la percepción de los riesgos baja, y se abren nuevas alternativas no consideradas anteriormente; muchas veces desplazados del mercado laboral formal” (p. 10).

Emprendedores por oportunidad

Aquí también se rescata a Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) quienes hacen mención que los emprendedores por oportunidad “Son aquellos que emprenden porque han detectado un problema, déficit o una insatisfacción en el mercado consumidor. Ellos creen poder aprovechar y capitalizar a través de sus ideas creativas e innovadoras” (p. 10).

Emprendedores de base científica tecnológica

Según, Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Este tipo de iniciativas requiere un período de financiación para la etapa de investigación y posterior desarrollo de prototipo y patentes. Es importante, en las primeras etapas, sumar al equipo personas con perfil comercial, que permitan establecer vínculos con el mercado mientras transcurre el período de Investigación y Desarrollo” (p. 11).

Emprendedores de la industria digital

Según Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Son emprendedores que desarrollan proyectos orientados a explotar las oportunidades que ofrece el Internet, software en general, aplicaciones para celulares inteligentes y tablets, desarrollo de videojuegos, etc. Es un segmento muy atractivo para los inversionistas, debido a la gran expectativa de crecimiento y alto potencial que permite la economía digital” (p. 11).

Emprendedores creativos

Según, Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Desarrollan emprendimientos intensivos de diseño, moda, cine, teatro, editoriales, artísticos. Su foco se desarrolla sobre el producto y su diferenciación. La principal debilidad está en la falta de experiencia comercial y organizativa” (p. 12)

Emprendedores consultores

Según, Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Cuentan con una formación académica especializada en diversas disciplinas: derecho, contabilidad, economía, ingeniería

industrial, ingeniería medioambiental, software, calidad, etc., y que además han desarrollado la suficiente experiencia en el mercado, como para poder asesorar a empresas u otros emprendedores” (p. 12).

Emprendedores del sector gastronómico

Según, Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Los emprendimientos de restaurantes y casas de comidas son sumamente prolíficos en la mayoría de los mercados. Requieren de una inversión inicial en promedio mucho más elevada que la de cualquier otro rubro anteriormente identificado; demandan un conocimiento empírico importante, de modo a no cometer errores al inicio, exigen costos fijos bastante altos” (p. 12).

Emprendedores con especialidad comercial

Según los autores de Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) “Independientemente al rubro donde incursionen, los emprendedores comerciales tienen una mayor respuesta comercial que cualquiera de los emprendedores presentados. Por el profundo conocimiento del mercado, muchas veces se involucran con el desarrollo del producto, para dar respuesta a las reales necesidades y deseos del cliente” (p. 13).

Emprendedores sociales

Para explicar este tipo de emprendedores Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) mencionan que “En esta categoría existe una variedad de emprendedores que combinan emprendimientos sin fines de lucro, se diferencian en el especial cuidado que tienen al gestionar sus operaciones y los impactos sociales y ambientales que puedan generar” (p. 13).

Emprendedores del sector de agronegocios

Bóveda, J., Oviedo, A. & Yakusik, A. (2015) en su trabajo desarrollado nos dicen que “Esta categoría puede integrarse en cualquier sector anteriormente identificado, estos emprendedores centran su mirada en una actividad con creciente rentabilidad y aplicación de conocimiento e innovación. Proyectos de base tecnológica o científica o iniciativas vinculadas

con el turismo rural y de aventura, son algunos de los emprendimientos que poseen potencial para desarrollar nuevos mercados” (p. 13).

2.2.3. *Emprendimiento*

Según, la Ley 1014 Congreso de la República de Colombia (2006), citado por Uribe, M. & Reinoso, J. (2013), el emprendimiento es conocido como “la capacidad de la persona para crear a partir de significados, aprender a solucionar problemas, con base en sus emociones, su creatividad, sus actividades y valores personales, lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que este brinda para beneficio propio y el de la sociedad en la que inmerso” (p. 13). Dicho de otro modo, el emprendimiento es un proceso dinámico que realiza toda persona que está dispuesto a correr el riesgo y alcanzar los peldaños que para muchas otras personas es imposible.

De igual manera, según lo mencionado por Diez Canseco, R. (2014) “El emprendimiento es una filosofía de vida, un estilo de existencia, un código de conducta que, en la búsqueda de hacer realidad un ideal, objetivo o sueño, combina racionalidad y emocionalidad como en todo arte. La razón para minimizar el riesgo cuando se acomete con resolución un proyecto y la pasión para hacer posible lo que para otros sería imposible” (p. 05).

En concordancia a Kuratko (2008, p. 04); Morris (1998, p. 17) y Romero (2010), citado por Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017), mencionan que el emprendimiento “Es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas” (p. 02).

Por su parte, Robbins, S. & Coulter, M. (2018), el emprendimiento “es el proceso de iniciar un nuevo negocio, por lo general en respuesta a la detección de alguna oportunidad. Los emprendedores se mantienen al tanto de cualquier oportunidad que les permita cambiar, revolucionar, transformar o introducir nuevos productos o vicios” (p. 307).

Los autores también hacen mención que emprendimiento es la capacidad de pensar y actuar que tiene una persona, centrada en las oportunidades, planteada con visión global, puesta en marcha mediante un liderazgo sostenido y una gestión eficaz.

Importancia del emprendimiento

Cada día más, el emprendimiento va adquiriendo mayor importancia debido a la relevancia en diferentes ámbitos, como el económico, el político y el académico. “No es una moda pasajera, ya que, junto a instituciones formales y referentes de prestigio, el emprendimiento aparece tratado y trabajado a partir de diferentes fuentes cuyo grado de conocimiento del tema muchas veces desconocemos” (Messina, 2018).

Tipos de emprendimientos

Partiendo desde el trabajo desarrollado por (Messina, 2018), se encontró distintas clasificaciones del emprendimiento, entre ellas, tenemos:

De acuerdo a su actividad

Emprendimientos de base abierta

“Se refieren a los emprendimientos de cualquier tipo y sector de la economía: agropecuario, industrial, comercial o de servicios, que por sus características no pueden incluirse en otras tipologías” (Messina, 2018, p. 18).

Emprendimientos de base cultural y creativa

“Dentro de esta categoría se fusionan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos de carácter cultural. Contiene actividades como la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la artesanía y el diseño”. Pueden incluirse también “la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. Incluyen productos tangibles y servicios artísticos, intelectuales o intangibles que tengan contenido creativo” (Messina, 2018, p. 18).

Emprendimientos de base tecnológica

“Se refieren a los negocios generadores de valor mediante la aplicación sistemática de conocimientos tecnológicos y científicos. Generalmente operan en los sectores de alta tecnología, como biotecnología, tecnologías de la información y las comunicaciones, química y nanotecnología, entre otros” (Messina, 2018, p. 18).

Emprendimientos dinámicos

“Son emprendimientos nuevos, con alto potencial de crecimiento, que logran diferenciarse mediante un producto o servicio innovador, lo cual les permite en pocos años dejar de ser microempresas. En algunos contextos se incluye que tengan un horizonte exportador y que generen un gran número de empleos” (Messina, 2018, p. 18).

Startups

“Son emprendimientos de nueva creación, generalmente de alto crecimiento y orientación tecnológica” (Messina, 2018, p. 18).

De acuerdo al objetivo**Emprendimientos de base social**

“Se refieren a las iniciativas emprendedoras que aplican estrategias de mercado, de creación de riqueza y empleo, para alcanzar un objetivo social” (Messina, 2018, p. 18).

Emprendimientos inclusivos

Son aquellos emprendimientos que “se dirigen a la población con algún grado de vulnerabilidad, buscando ampliar el perfil de las personas o cambiar su statu quo para incorporarse a la sociedad; abren posibilidades a los grupos que sufren mayores dificultades de acceso al mercado” (Messina, 2018, p. 18).

Spin-offs

“Son emprendimientos que se generan a partir de resultados de investigación. Si se originan en una universidad son spin-offs académicas y si se originan en un centro de investigación de una empresa son spin-offs corporativas” (Messina, 2018, p. 18).

La educación con emprendimiento

Desde el punto de vista de (Hernández, Gonzales, & Herrera, 2015), “las últimas dos décadas han presenciado un incremento acelerado en la creación de cursos y programas académicos diseñados para fomentar el emprendimiento en todos sus niveles, esto es, desde niveles básicos hasta niveles universitarios”. En la actualidad “la educación con emprendimiento transversal se ha convertido en un tema vital para la investigación, prácticas y políticas regulatorias para la mayoría de los países” (p. 23).

Figura 4

Efecto de la educación con emprendimiento.



Nota. La figura demuestra “el efecto de fomentar el emprendimiento en la educación de manera transversal, en donde el principal resultado es el desarrollo regional”. Fuente. (Hernández, Gonzales, & Herrera, 2015), Emprendimiento universitario: generalidades y primeros resultados del taller de sensibilización para profesores sobre espíritu emprendedor. (p. 23)

Tal como se observa, el proceso de aprendizaje se inicia individualmente, en ella se le transfiere a los estudiantes, conocimientos y habilidades para emprender, por ello, es necesario

que el docente tenga la capacidad necesaria para fomentar y motivar la estudiante a desarrollar un emprendimiento de manera transversal, fortaleciendo ciertas competencias, como: “la tolerancia al riesgo y a la incertidumbre; la capacidad de sobreponerse al fracaso; la identificación de oportunidades (problemas) implementando soluciones innovadoras; y la capacidad de obtener recursos para implementar propuestas de valor”.

Figura 5

Competencias emprendedoras.



Nota. La figura las competencias necesarias para un emprendimiento en los jóvenes millennials. Fuente. (Hernández, Gonzales, & Herrera, 2015), Emprendimiento universitario: generalidades y primeros resultados del taller de sensibilización para profesores sobre espíritu emprendedor. (p. 27)

Dimensiones del emprendimiento

Actitud emprendedora

En el trabajo de Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017) encontramos que “Es la capacidad que tiene un apersona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad” (p. 06). Por lo tanto, esta actitud es una decisión personal que toda persona emprendedora toma con la finalidad de que sus sueños se hagan realidad bajo un esfuerzo continuo, en la creación e innovación de sus ideales como persona y profesional.

Cómo se puede ver la actitud emprendedora, se alberga bajo el espíritu de toda persona, ese espíritu que les brinda una fortaleza para inventar, innovar, actuar de manera diferente, ser únicos, lograr las metas, conquistar el mundo y estar en permanente cambio. Dicho de otro modo, la actitud emprendedora requiere de un deseo de superación, la necesidad de aprender y desaprender, tolerancia al fracaso, asumir riesgos, optimismo, perseverancia, confianza, proactividad y pasión por lo que hace.

Espíritu emprendedor

También en este apartado se resalta a Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017), quien hace mención que el espíritu emprendedor es “la capacidad de una persona para desarrollar proyectos innovadores o de oportunidad para obtener un beneficio; para desarrollar una idea nueva o modificar una existencia y traducirla en una actividad social rentable y productiva; para buscar beneficios económicos, sociales o políticos” (p. 17).

Der igual manera nos dice que en esencia el espíritu emprendedor es: “Acción de convertir una idea en realidad, es la inquebrantable búsqueda de los recursos para descubrir, diseñar, inventar y crear nuevas formas de hacer Las cosas” (Parra, M., Rubio, G. & López, L., 2017, p. 17).

En otras palabras, el espíritu emprendedor, es lo que hoy en día se conoce como creatividad, innovación, cambio o establecimiento de una empresa, así como tomar decisión de asumir los riesgos frente al cambiante escenario en la que vivimos. Es decir, es la motivación y la capacidad de toda persona para hacer realidad sus sueños.

2.2.4. Competencias

Según (Ernst & Young Consultores, 2008), de acuerdo al grado de especificidad las competencias se dividen en dos grupos: “Los conocimientos específicos, de carácter técnico, precisos para la realización adecuada de las actividades y las habilidades /cualidades que son capacidades específicas precisas para garantizar el éxito en el puesto” (p. 05). Desde el punto de vista de la consultora, lo que se pretende mediante el estudio de las competencias es establecer perfiles idóneos a las competencias del recurso intelectual, en pos del logro de los objetivos y metas trazados en cada área laboral.

Así mismo las competencias desde el punto de vista de Alles, M. (2015), “Son las características de personalidad, devenidas en comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto que trabajan” (p. 79). Como consecuencia diremos, que las competencias es la agrupación de conocimientos, habilidades y capacidades inherentes a una persona que hacen que su comportamiento y accionar sean diferentes a los demás.

2.2.5. Generación millennials

Dentro de esta generación según el trabajo desarrollado por (APTiTUS, 2018) se dice que son todos los nacidos entre 1981 hasta 1997, del mismo modo mencionan que esta generación es participativa, porque siempre están buscando la integración a un equipo de trabajo para mejorar su desempeño; tienen un comportamiento multitasking, porque pueden hacer varias cosas a la vez y tienen mucha pasión en el crecimiento y la innovación.

Competencias de la generación millennials

Las competencias de la generación Millennials de acuerdo a las aportaciones hechas por el trabajo desarrollado de Daniela Casas y APTiTUS, son las que a continuación de describen:

Liderazgo basado en inteligencia social

Según Casas, D. (2016) “El líder Millennial es participativo, toma decisiones teniendo en cuenta la integración del equipo como positiva para aumentar la productividad de la fuerza de trabajo”. Por su parte (APTiTUS, 2018) menciona que: “Los expertos en temas de Recursos Humanos afirman que la competencia más fuerte de estos profesionales es el liderazgo basado en inteligencia social; es decir, el líder millennials es participativo y toma decisiones teniendo en cuenta la integración del equipo para aumentar la productividad”.

Comportamiento multitasking

Según Casas, D. (2016) “Son capaces de realizar varias tareas a la vez y realizarlas bien. Esta competencia es diferenciadora pues los millennials a diferencia de otras generaciones tienen capacidad de atención enfocada en más de un asunto a la vez, aumentando su productividad y optimizando su tiempo para cumplir tareas y objetivos”. Por su parte (APTiTUS, 2018) “La segunda competencia clave de esta generación es su comportamiento multitasking, es decir, capaces de realizar varias tareas a la vez y bien, aumentando su productividad y optimizando su tiempo para cumplir tareas y objetivos”.

Sed por constante crecimiento e innovación

Casas, D. (2016) “Este factor es esencial pues siempre juega a favor el factor sorpresa. Lo anterior es un reto pues juega la inestabilidad y hay que ser más exigentes y creativos en los sistemas de retención de esta generación”. Según (APTiTUS, 2018) “La tercera competencia tiene que ver con su pasión por el crecimiento y la innovación permanente, es decir, por cambiar la tradición y sacar provecho a nuevos métodos y oportunidades”.

Dimensiones de las competencias de la generación millennials

Dentro de este apartado se ha considerado el trabajo de Jeff Weiner, quien menciona las siguientes dimensiones:

Habilidades interpersonales

El CEO de LinkedIn, Jeff Weiner, menciona que “es fundamental mejorar estas habilidades, invertir en este tipo de formación específica para los empleados millennials, sin permitir que la expansión de la tecnología merme esta capacidad” (Weiner, 2018).

Confianza y motivación

La investigación de Deloitte revela que “en la actualidad existen niveles de crisis y baja confianza en el lugar de trabajo, por lo que los líderes, con sus palabras y acciones, deben plantar semillas de crecimiento personal y fomentar la motivación de los empleados” (Weiner, 2018).

Pensamiento crítico

Los millennials deben entrenar su pensamiento crítico, “aprendiendo a pensar con criterio, condensar sus argumentos y defender sus opiniones de forma articulada, así como cuestionarse la realidad. Permanecer con una actitud inquisitiva, llegar a la verdad de los problemas y buscar las soluciones de manera pausada” (Weiner, 2018).

Innovación y creatividad

La innovación y la creatividad son dos elementos que han tomado mayor fuerza en la generación millennials, como consecuencia de ello, estos elementos se han tomado protagonismo en la generación técnicas y estrategias que con el tiempo se convierten en ventajas competitivas para las organizaciones. Por eso “es importante tenderles la mano para encontrar desafíos relacionados con sus intereses, incentivar sus tomas de decisiones, apostar por la generación compartida de ideas, alimentar su inspiración y detectar las necesidades y problemas de los demás” (Weiner, 2018).

2.3. Marco Conceptual

1. Emprendedor

“Es un individuo capaz de pensar y actuar de forma innovadora, identificando y creando oportunidades, inspirando, renovando y liderando procesos, tornando posible lo que parece imposible, entusiasmando personas, combatiendo la rutina y asumiendo riesgos calculados con el objetivo de obtener lucro” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 07).

2. Emprendedores externos

“Son personas claves que contemplan nuevas oportunidades, nuevas técnicas, nuevas líneas de producción, nuevos productos y coordinan todas las demás actividades, consolidan nuevos proyectos estratégicamente relevantes por medio de la optimización de sus capacidades de innovación” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 09).

3. Emprendedores internos o intraemprendedores

“Son aquellas personas con visión empresarial, que invierten tiempo suficiente en ideas innovadoras desde el interior de las empresas a través de procesos abiertos que los recogen, moldean, mejoran y canalizan en forma de negocio” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 09).

4. Emprendedores creadores

“Son aquellos que deciden fundar una empresa basándose en un producto, servicio o tecnología propia o que han desarrollado por sí mismos. Los emprendedores creadores poseen un diferencial competitivo muy apreciado, su capacidad creadora” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 09).

5. Emprendedores de franquicias

“Estos no siempre son considerados emprendedores, se debe reconocer que presentan características emprendedoras diferentes, además de las posibilidades que

tienen de aprender, de desarrollar habilidades y actitudes que potencien las capacidades emprendedoras” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 09).

6. Emprendedores por necesidad

“Muchas personas emprenden porque no encuentran ninguna otra alternativa para su subsistencia personal o familiar. Esto suele suceder en momentos de crisis, la percepción de los riesgos baja, y se abren nuevas alternativas no consideradas anteriormente” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 10).

7. Emprendedores de base científica tecnológica

“Esta iniciativa requiere un período de financiación para la etapa de investigación y posterior desarrollo de prototipo y patentes. Es importante, en las primeras etapas, sumar al equipo personas con perfil comercial, que permitan establecer vínculos con el mercado” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 11).

8. Emprendedores de la industria digital

“Son los que desarrollan proyectos orientados a explotar las oportunidades que ofrece el Internet, software en general, aplicaciones para celulares inteligentes y tablets, desarrollo de videojuegos, etc.” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 11).

9. Emprendedores creativos

“Desarrollan emprendimientos intensivos de diseño, moda, cine, teatro, editoriales, artísticos. Su foco se desarrolla sobre el producto y su diferenciación. La principal debilidad está en la falta de experiencia comercial y organizativa” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 12).

10. Emprendedores consultores

“Cuentan con una formación académica especializada en diversas disciplinas: derecho, contabilidad, economía, ingeniería industrial, ingeniería medioambiental, software, calidad, etc., y que además han desarrollado la suficiente experiencia en el

mercado, como para poder asesorar a empresas u otros emprendedores” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 12).

11. Emprendedores del sector gastronómico

“Los emprendimientos de restaurantes y casas de comidas son sumamente prolíficos en la mayoría de los mercados. Requieren de una inversión inicial en promedio mucho más elevada que la de cualquier otro” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 12).

12. Emprendedores con especialidad comercial

“Los emprendedores comerciales tienen una mayor respuesta comercial que cualquiera de los emprendedores presentados. Por el profundo conocimiento del mercado, muchas veces se involucran con el desarrollo del producto, para dar respuesta a las reales necesidades y deseos del cliente” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 13).

13. Emprendedores sociales

“En esta categoría existe una variedad de emprendedores que combinan emprendimientos sin fines de lucro, se diferencian en el especial cuidado que tienen al gestionar sus operaciones y los impactos sociales y ambientales que puedan generar” (Bóveda, J., et.al., 2015, p. 13).

14. Emprendimiento

“Es el proceso de iniciar un nuevo negocio, por lo general en respuesta a la detección de alguna oportunidad. Los emprendedores se mantienen al tanto de cualquier oportunidad que les permita cambiar, revolucionar, transformar o introducir nuevos productos o vicios” (Robbins, S. & Coulter, M., 2018, p. 307).

15. Actitud emprendedora

“Es la capacidad que tiene un apersona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario

en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad” (Parra, M., Rubio, G. & López, L., 2017, p. 06).

16. Espíritu emprendedor

“Es la capacidad de una persona para desarrollar proyectos innovadores o de oportunidad para obtener un beneficio; para desarrollar una idea nueva o modificar una existencia y traducirla en una actividad social rentable y productiva; para buscar beneficios económicos” (Parra, M., Rubio, G. & López, L., 2017, p. 17).

17. Competencias

“Los conocimientos específicos, de carácter técnico, precisos para la realización adecuada de las actividades y las habilidades y/o cualidades que son capacidades específicas precisas para garantizar el éxito en el puesto” (Ernst & Young Consultores, 2008, p. 05).

18. Habilidades interpersonales

“Es fundamental mejorar estas habilidades, invertir en este tipo de formación específica para los empleados millennials, sin permitir que la expansión de la tecnología merme esta capacidad” (Weiner, 2018).

19. Pensamiento crítico

“Los millennials deben entrenar su pensamiento crítico, aprendiendo a pensar con criterio, condensar sus argumentos y defender sus opiniones de forma articulada, así como cuestionarse la realidad” (Weiner, 2018).

20. Innovación y creatividad

“Son dos elementos que han tomado mayor fuerza en la generación millennials, como consecuencia de ello, estos elementos se han tomado protagonismo en la generación técnicas y estrategias que con el tiempo se convierten en ventajas competitivas para las organizaciones” (Weiner, 2018).

CAPÍTULO III

HIPOTESIS

3.1. Hipótesis General

Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

3.2. Hipótesis Específicas

1. Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.
2. Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la confianza y motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

3. Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.
4. Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

3.3. Variables (definición conceptual y operacional)

3.3.1. Primera variable

Emprendimiento

Según, Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017), el emprendimiento “Es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas” (p. 02). En el contexto de la tesis, esta variable se operacionalizó en 2 dimensiones: actitud emprendedora y el espíritu emprendedor.

3.3.2. Segunda variable

Competencias de los millennials

“Es el conjunto de habilidades interpersonales que los jóvenes han desarrollado, el perfeccionamiento de la confianza y la motivación, pensar con criterio y defender sus opiniones, así como el desarrollo de la innovación y la creatividad” (Weiner, 2018). Esta variable se operacionalizó en 4 dimensiones: habilidades interpersonales; confianza y motivación; pensamiento crítico; e innovación y creatividad.

3.3.3. Cuadro de operacionalización de las variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de la primera variable.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Emprendimiento	Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017), el emprendimiento “Es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas” (p.02).	Esta variable se operacionalizó en 2 dimensiones: actitud emprendedora y el espíritu emprendedor; estas nos permitirán determinar la relación que existe entre las variables de estudio, y para medirla se utilizó un cuestionario compuesto de 16 ítems.	(D1) Actitud emprendedora	1.1. Muestra una actitud mental positiva para lograr el propósito. 1.2. Muestra autoconfianza para desarrollar sus tareas adecuadamente. 1.3. Toma en cuenta la tolerancia al fracaso para evitar la frustración personal. 1.4. Muestra una actitud perseverante sin importar los contratiempos y nunca se desanima. 1.5. Se encuentra motivado para actuar con identificación, esmero, responsabilidad y perseverancia. 1.6. Actúa con creatividad en la solución de alguna dificultad o deficiencia y aportar positivamente. 1.7. Maneja con cada uno de ellas es asertiva y los méritos de sus compañeros. 1.8. Asume su responsabilidad y los fracasos, de tal manera que esta circunstancia no pueda desequilibrarla.	1., 2., 3., 4., 5., 6., 7., 8.	Cuestionario	Escala Ordinal
			(D2) Espíritu emprendedor	2.1. Considera al liderazgo como una herramienta para influenciar sobre sus semejantes. 2.2. Muestra iniciativa propia en los trabajos que realiza cotidianamente. 2.3. Busca la solución de forma creativa y disruptiva, distinto a tus colegas. 2.4. Asume el riesgo, consciente de todo determinado acto o situación que se genera con su actividad. 2.5. Cuenta con la capacidad suficiente para desenvolverse por cuenta propia en el entorno social y cultural. 2.6. Motiva a perfeccionarse continuamente en el aspecto humano, espiritual, profesional y económico. 2.7. Busca encontrar o descubrir otros métodos o técnicas que le permitan dar solución a algún inconveniente. 2.8. Considera que, para lograr los objetivos personales y los objetivos organizacionales, la herramienta o estrategias fundamental es el trabajo en equipo.			

Nota. La tabla, resume la forma como se operacionalizó la primera variable en el desarrollo de la presente tesis. Fuente: elaboración propia, basada en el contexto de la investigación.

Tabla 2

Cuadro de operacionalización de la segunda variable.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Competencias de los Millennials	“Es el conjunto de habilidades interpersonales que los jóvenes han desarrollado, el perfeccionamiento de la confianza y la motivación, pensar con criterio y defender sus opiniones, así como el desarrollo de la innovación y la creatividad” (Weiner, 2018).	Esta variable se operacionalizó en 4 dimensiones: habilidades interpersonales; confianza y motivación; pensamiento crítico; e innovación y creatividad; estas nos permitirán determinar la relación que existe entre las variables de estudio, y para medirla se utilizó un cuestionario compuesto de 16 ítems.	(D1) Habilidades interpersonales	1.1. Considera que su responsabilidad es la capacidad individual que lo ayuda a lograr con el propósito. 1.2. Muestra compromiso en su formación, capacitación y desarrollo, lo que le hace sentirse preparados para enfrentar los retos. 1.3. Cuenta con la capacidad para seguir reglas impuestas personalmente, y esta solo se logra con voluntad, cambio y decisión. 1.4. Considera que la autorreflexión es una capacidad que se debe tener en cuenta para lograr nuestros objetivos, metas.	1., 2., 3., 4.	Cuestionario	Escala Ordinal
			(D2) Confianza y Motivación	2.1. Considera que sus pensamientos, percepciones, sentimientos y tendencias de comportamiento personal se sostienen en la autoestima. 2.2. Cuenta con una seguridad personal a la hora de enfrentar cualquier actividad, tarea o problema. 2.3. Es consistente en su comportamiento frente a sus responsabilidades. 2.4. Su formación como profesional están enfocados en sus objetivos de realización personal.	1., 2., 3., 4.		
			(D3) Pensamiento crítico	3.1. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con amplitud desde varias perspectivas. 3.2. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con precisión dando detalles a su respuesta. 3.3. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con claridad ilustrando su respuesta. 3.4. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con lógica dándole sentido a su respuesta.	1., 2., 3., 4.		
			(D4) Innovación y creatividad	4.1. Utiliza la imaginación para generar nuevos conocimientos y generar alternativas de solución. 4.2. Desarrollar técnicas creativas y obtener sus objetivos y metas sin perjudicar a las otras personas. 4.3. Tiene como objetivo mejorar lo que ya conocen y busca siempre nuevas propuestas de valor. 4.4. Cuenta con la capacidad de gestión de las herramientas de innovación y creatividad.	1., 2., 3., 4.		

Nota. La tabla, resume la forma como se operacionalizó la segunda variable en el desarrollo de la presente tesis. Fuente: elaboración propia, basada en el contexto de la investigación.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de Investigación

4.1.1. Método general

En el desarrollo de la tesis se utilizó como método general el método científico. Al respecto se rescató el aporte de Ander Eg. (1982), citado por Carrasco, S. (2018), quien nos mencionó que este método, “Es un proceso formal, sistemático, racional e intencionado en el que se lleva a cabo un procedimiento reflexivo, controlado y crítico que permite descubrir nuevos hechos, relaciones o leyes, en cualquier campo de conocimiento, en un momento histórico concreto” (p. 35).

4.1.2. Métodos específicos

Método Hipotético Deductivo

Para la elección de este método se tomó en cuenta el aporte de Cegarra, J. (2012), quien menciona que este método “Consiste en emitir una hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado” (p. 82). Además, nos dice que “cuando el problema está próximo al

nivel observacional, el caso es más simple, mientras que, en los casos más complejos, sistemas teóricos, las hipótesis son de tipo abstracto”. Por lo tanto, con el conocimiento de que este método, el punto de partida para nuevas deducciones, en el desarrollo de la tesis, parte de las aseveraciones de las hipótesis planteadas, aplicando reglas de deducción los que al final se someten a una verificación empírica, para aceptar o no la veracidad de la hipótesis planteada.

Método descriptivo

Según, Pino, R. (2018) este método, “Se caracterizan en apreciar el fenómeno de la realidad en sus distintas características que formen parte del problema. En otras palabras, este tipo de investigación ayuda a visualizar mejor la información que se quiere procesar” (p. 193). En el desarrollo de la tesis se consideró este método, porque permitió describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza y la composición del emprendimiento y las competencias en los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa.

Método Estadístico

Afirmando la importancia del método estadístico se resalta a Valderrama, S. (2015) quien menciona que “Este método trabaja a partir de datos numéricos, y obtiene resultados mediante determinadas reglas y operaciones” (p. 98). Como consecuencia, en el desarrollo de la tesis, este método coadyuvó en la cuantificación, análisis, e interpretación de los resultados alcanzados en el trabajo de campo.

4.2. Tipo de Investigación

Tomando como punto de partida la finalidad que persigue la investigación, se considera dentro del tipo básica, porque su objetivo es determinar la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021. Al respecto Castro, E. (2016) nos dice que “Es la investigación que está dedicada a la

búsqueda de nuevos conocimientos. Recoge información de la realidad objetiva para enriquecer el conocimiento científico, mediante el descubrimiento de los principios y leyes” (p.79).

4.3. Nivel de Investigación

Considerando el objetivo de la investigación, el trabajo se desarrollará dentro del nivel correlacional. Al respecto se resalta a Arias, F. (2012), quien nos dice que “Su finalidad es determinar el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos estudios mediante las técnicas estadísticas se estima la relación” (p. 25). Por otro lado, Vara, A. (2015) nos dice: “Evalúa la relación entre dos o más variables. Intenta explicar cómo se comporta una variable en función de otras. Existe bibliografía sobre el tema y los estudios empíricos descriptivos” (p. 237).

4.4. Diseño de la Investigación

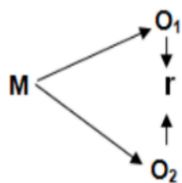
Tomando en cuenta el control de las variables, el diseño es no experimental. Al respecto Hernández, R. & Mendoza, Ch. (2018) quienes dicen que: “La investigación no experimental, son estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.175).

Por otro lado, tomando en cuenta el corte de la investigación, el trabajo estará dentro del diseño transversal, al respecto Hernández, R. & Mendoza, Ch. (2018) nos dicen que: “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (p. 177).

Y tomando en cuenta el nivel de investigación, el trabajo estará dentro del diseño descriptivo correlacional. Al respecto Vara, A. (2015) nos dice: “Evalúa la relación entre dos o más variables, intenta explicar cómo se comporta una variable en función de otras. Existe bibliografía sobre el tema y los estudios empíricos descriptivos” (p.237).

Figura 6

Diseño descriptivo correlacional.



Nota. La Figura, nos muestra la representación gráfica del diseño de la investigación. *Fuente.* Elaboración propia.

Donde:

- M : Muestra.
- O1 : Observación de la primera variable.
- O2 : Observación de la segunda variable.
- r : Relación entre las variables.

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

Considerando el trabajo desarrollado por Vara, A. (2015) “La población es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común. Se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo” (p. 261). Tomando como referencia este alcance la población de nuestra investigación se conformó por un total de 129 estudiantes de la Carrera Profesional de Administración.

Tabla 3

Población de estudio.

Ciclo	Apellidos y nombres	Género	Edad	%
III	AMANTE MENDOZA, MARLENI SHIOMARA	F	23	24%
	CAINICELA ASTORAY, RODRIGO HOMER	M	21	
	CAISAHUANA OROSCO, EDGAR	M	24	
	CARHUAS GUTIERREZ, KEMI ARLEN	F	22	
	CENTENO YALLICO, JERSON OBALDO	M	30	
	CHIPANA HUAMAN, NAYELI BETZI	F	21	

Ciclo	Apellidos y nombres	Género	Edad	%
III	CONTRERAS GALA, PATSI CINTHIA	F	21	24%
	DIAZ SALINAS, CHIRS ANGELO VICTOR	M	20	
	ENCISO GUILLEN, YEDI MARICRUZ	F	23	
	HUAMAN ANTONIO, NINO RUBEN	M	21	
	HUAMANI QUISPE, YANINA KEYKO	F	21	
	HUARI BRAVO, ELIEL ESAU	M	21	
	HUASCO ALLCA, ALEXANDER	M	24	
	HUERTA VEGA, ROMARIO	M	21	
	LLAMOCCA CHUQUIY AURI, LUIS ANTONY	M	21	
	LOBERA LOPEZ, ANDERSON ELI	M	22	
	LUDEÑA CASIMIR, FRANK MIGUEL	M	24	
	MACHA ESPIRITU, CRISTOPHER ALI	M	23	
	MARMOLEJO OSCANOVA, MERCY ANDREA	F	21	
	MORALES ROSALES, LEONELA CLAUDIA	F	23	
	NOLASCO FLORES, LUIS ENRIQUE	M	22	
	PARCO ESPINAL, ISRAEL GYOSHEP	M	22	
	PEÑALOZA ZARATE, MAYCOL BRAYAN	M	23	
	QUEDAS DIEGO, ROXANA ANGELA	F	22	
	QUIJANO SILVERA, NAYELY	F	20	
	REMUZGO QUIROZ, JOAQUIN DANIEL	M	31	
RIOS MEDINA, CRISTELY JASSEL	M	20		
RIVAS ROJAS, LEEIDY ANTHUANEE	F	21		
TORRES MAXIMO, JHISENIA	F	20		
TUNQUE PARIONA, LUIS ANGEL	M	20		
VILCHEZ CANCHARI, OBED JOSE	M	23		
VILLALVA NUÑEZ, GENTAMINE ARACELI	F	24		
IV	ALONZO ALARCON, ELMER JESUS	M	20	30%
	ANTAZU ANGLAS, ELLIOT KLISLER	M	20	
	AQUINO VALLE, DANIEL ANGEL	M	20	
	AVELLANEDA CABEZAS, MARYORI NICOL	F	22	
	BASTIDAS ZARATE, JHEYDY NAYELI	F	20	
	BLANCO CORDOVA, JORGE DANTY	M	22	
	BRAVO ARTEAGA, MIGUEL IAN	M	20	
	CAMARGO TEJADA, JULIO BRAYAN	M	25	
	CAMPO RUIZ, JANS HANIEL	M	20	
	CARTOLIN TAIBE, DIDER NILTON	M	21	
	CHIARELLA ALA, ANEL LIZANDRA	F	21	
	CHIPANA VILLA, SANTOS ADI	M	23	
	DE LA CRUZ CCENTE, JUNIOR	M	20	
	EGOAVIL BLANCAS, BETSAIDA	F	23	
	FERNANDEZ ÑAUPAS, NAYELLY YOMIRA	F	21	
	FLORES CRUZ, FIORELA CORAIMA	F	21	

Ciclo	Apellidos y nombres	Género	Edad	%
IV	GARCIA MARMOLEJO, JENNIFER YULIANA	F	20	30%
	GOMEZ SIMON, ESTRELLA	F	22	
	HINOSTROZA ARENALES, DAVID PEDRO	M	22	
	HUAMAN MIRANDA, JEREMIAS GIOVANI	M	22	
	HUAMAN SULLCA, JHON FRANKLIN	M	22	
	HUAMANPURA LIMACO, CARMEN YESENIA	M	31	
	LIVIA PAMPAS, SARA ESTEFANY	F	20	
	LOZANO HURTADO, GIANFRANCO ESTEFANO	M	21	
	MALLMA CAYNICELA, CRUCILA	F	20	
	MUÑOZ YANAHUILCA, DINA	F	19	
	NESKEROVICHIS SHONORI, JOSHI YOSELIN	F	21	
	QUISPE VELIZ, ANDERSON GUSTAVO	M	20	
	RAMOS RIOS, VUSTJACEL	M	20	
	RAMOS SAPAICO, MISHEL FIORELLA	F	23	
	RONDAN HUAMAN, ANGIE CLARITZA	F	21	
	SHARETE PEÑA, OBETH	M	22	
	TITO VILCHEZ, DIEGO ADOLFO	M	21	
	VARGAS MATOS, ARALI JERALDINE	F	21	
	VASQUEZ CARDENAS, ELKIN IVAN	M	21	
	VELIZ LIZARRAGA, JUCTAN MOISES	M	22	
VILLANUEVA RODRIGUEZ, HELLY MEYMERTH	F	24		
YARINGAÑO CARDENAS, SHANNE LUCIA	F	20		
V	AGUIRRE CONTRERAS, YASMELY TAIS	F	22	26%
	ALDAVE SANTOS, DIONICIA CRISTINA	F	21	
	ALVA TORRES, WILDER JOLSEN	M	22	
	BENITO VALLADOLID, JESUS FERMIN	M	20	
	BORJAS ECHEBAUTIS, GERALDINNE MAIRA	F	21	
	BRICEÑO ESTEBAN, VERONICA ESMERALDA	F	21	
	CHAVEZ OREJON, FIORELA LEYDI	F	21	
	CHIMANGA CHIRISENTE, HELEN BELEN	F	21	
	CHIMANGA GARCIA, KEYLA YANIRA	F	26	
	CUSINGA QUISPE, YOUR	M	30	
	GASPAR ESPINOZA, DANIEL	M	22	
	HERBAS HUARACA, MARUJA GISELA	F	22	
	HUANACO ALIAGA, BILY MARCOS	M	22	
	HUINCHO SULLCAPUMA, DENNIS MARTIN	M	24	
	IROVA CIPRIANI, MARCOS YORLAN	M	22	
	JIHUALLANCA CANCHANYA, MIRIAN	F	21	
	LOPEZ SANCHEZ, BEATRIZ BARBARA	F	25	
	MARTINEZ RENGIFO, CARLOS AUGUSTO	M	22	
	MENDOZA ÑACO, JACK ROBIN	M	21	
	MENDOZA PASTRANA, ELVIS JOSUE	M	30	

Ciclo	Apellidos y nombres	Género	Edad	%
V	MONROY PIRCA, EDWIN CLIMACO	M	25	26%
	NAVARRO LAZARO, LISBETH CELMINA	F	21	
	PARIONA CAMONES, MAXIMO DANIEL	M	24	
	PARIONA HUAYCUCCHI, ISAIAS	M	23	
	QUIÑONEZ GRANADOS, FRANKLIN MARCO	M	23	
	ROMUCHO FALCON, LUISA ROSARIO	F	21	
	SAENZ CASAS, YANELI KATTY	F	22	
	SANCHEZ COELHO, JAIME WALDIR	M	28	
	SOLIS ORTEGA, JUANA BERTHA	F	26	
	TAIPE CAMPOS, MIDALY AMILDA	F	22	
	TORRES GARCIA, ROSMERI	F	21	
	TORRES ÑAVINCOPA, LUIS ALVARO	M	24	
	UMAÑA CHIRICENTE, JUAN VALDY	M	30	
	VILLALVA NUÑEZ, YULI CINTHIA	F	22	
VI	AGUILAR YAURI, SAORI ESTEFANIA	F	24	20%
	BRAVO BARZOLA, LUIS FELIPE	M	23	
	CAJA ARCA, ABEL	M	29	
	CLAUDIO SALCEDO, JADIRA DINA	F	23	
	CORONADO MARCAS, JUAN JHAIR	M	23	
	CUNYAS PARI, KENIDA MALLELY	F	22	
	DORREGARAY BERNARDO, MATUSALEN	M	27	
	HUAMANI VEINTEMILLA, ESTEPHANY RUBI	F	23	
	LAMILLA ZUBELITE, BEKER JONATHAN	M	29	
	LEIVA CONTO, LIZET MARITZA	F	23	
	MATOS GONZALO, JUAN DANIEL	M	21	
	MORAN QUISPE, LIDA MARLENE	F	23	
	PERALES CACERES, JULISSA CAROLAY	F	24	
	QUICHCA VALERIO, KELY YUMIRA	F	21	
	QUISPE PARADO, ANDERSON GERARDO	M	25	
	RICSE BALTAZAR, KATHERINE JENNIFER	F	23	
	ROJAS ARROYO, RENZO	M	33	
	SALDAÑA PARIONA, GABRIEL ELIAS	M	21	
	SOTO BARJA, CARLOS ALFREDO	M	27	
	SOTO YALO, JAKELINE YASMIN	F	22	
SUCUITANA CERRON, HEIDY BEATRIZ	F	20		
TORRES ESTRADA, BRENER JAIRO	M	23		
TORRES HINOJOSA, FIORELLA	F	24		
TORRES MELCHOR, KEILYN STEFANY	F	26		
VERASTEGUI GAMBOA, ANA PATRICIA	F	22		

Nota. La Tabla, muestra la población de estudiantes por ciclo de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo. Fuente. Registro de matrícula 2021.

4.5.2. Muestra

De acuerdo a Palomino, J., Peña, J., Zevallos, G. & Orizano, L. (2015) “Una muestra es un subconjunto o subgrupo fielmente representativo de las características de la población y se obtiene con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población” (p.141). Para calcularla se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

- N: Población
- p: Proporción de elementos con la característica de interés.
- q: Proporción de elementos que no poseen la característica de interés.
- Z: Valor obtenido de la distribución normal estándar asociado al nivel de confianza
- E: Error de muestreo.
- n: tamaño de muestra.

Reemplazando:

$$n = \frac{(129)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(129 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{123.89}{0.32 + 0.9604}$$

$$n = \frac{123.89}{1.28}$$

$$n = 97$$

Como se puede ver el resultado nos indica que para el estudio de la presente investigación se tomó en cuenta 97 estudiantes (millennials), de la carrera de Administración y Negocios Internacionales.

4.5.3. Tipo de muestreo

Se utilizará un muestreo no probabilístico; concretamente el muestreo por cuotas, por dos razones fundamentales: primero, porque la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación; y segundo porque la población de análisis está compuesta del tercer ciclo hasta el sexto ciclo.

4.5.4. Criterios de inclusión y exclusión

Para elegir los 97 estudiantes de la muestra de estudio se utilizó como criterio de inclusión y exclusión: ser estudiante de la carrera de Administración y Negocios Internacionales; y pertenecer a la generación millennials (tener entre 22 a 41 años de edad).

Tabla 4

Muestra de estudio.

Ciclo académico	Número de estudiantes	%
III	23	24%
IV	29	30%
V	25	26%
VI	20	20%
Población total	97	100%

Nota. La Tabla, resume la muestra de estudiantes por ciclo de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo. Fuente. Registro de matrícula 2021.

4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

De acuerdo al trabajo de Arias, F. (2012) “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener la información y los instrumentos son los medios materiales que se usan para recoger y almacenar la información” (p. 111). En el trabajo se considerará las siguientes técnicas e instrumentos:

Tabla 5

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica	Instrumento
- Encuesta.	- Cuestionario de encuesta.
- Entrevista.	- Guía de entrevista.

Fuente: Elaboración propia, basada en la necesidad del trabajo a desarrollar.

4.6.1. Confiabilidad y validez del instrumento

Confiabilidad del instrumento

Según, Hernández, R. & Mendoza, C. (2018), “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo, caso o muestra produce resultados iguales; esta se determina mediante diversas técnicas, como la validez y objetividad” (p. 229). Para conocer la confiabilidad del instrumento utilizado en la presente tesis, se hizo uso del índice del Alfa de Cronbach.

Tabla 6

Confiabilidad del instrumento de la primera variable.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM1	64,30	28,128	,121	,754
ITEM2	64,65	26,959	,160	,758
ITEM3	64,80	26,847	,279	,755
ITEM4	64,84	24,764	,274	,734
ITEM5	64,77	24,656	,255	,738
ITEM6	64,68	25,345	,308	,727
ITEM7	64,59	27,224	,108	,744
ITEM8	64,65	25,626	,379	,721
ITEM9	64,68	23,220	,673	,691
ITEM10	64,63	24,257	,550	,705
ITEM11	64,58	25,038	,453	,714
ITEM12	64,51	25,753	,390	,721
ITEM13	64,63	24,319	,540	,706
ITEM14	64,34	24,914	,650	,705
ITEM15	64,24	25,183	,624	,708
ITEM16	64,42	24,330	,575	,704

Nota. La Tabla, muestra el índice de confiabilidad de cada ítem que se usó en el instrumento de recolección de datos de la primera variable. *Fuente.* SPSS 27.

Tabla 7

Estadística de fiabilidad para el instrumento de la primera variable.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,738	16

Nota. La Tabla, muestra el índice de confiabilidad del instrumento de recolección de datos de la primera variable. *Fuente.* SPSS 27.

Tabla 8

Confiabilidad del instrumento de la segunda variable.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
ITEM1	64,88	58,047	,545	,810
ITEM2	64,44	55,659	,701	,803
ITEM3	64,33	66,751	,107	,818
ITEM4	64,39	57,503	,791	,800
ITEM5	64,86	57,655	,729	,802
ITEM6	64,78	56,910	,589	,809
ITEM7	64,54	59,893	,706	,803
ITEM8	64,38	60,174	,777	,802
ITEM9	64,76	59,742	,691	,804
ITEM10	64,89	59,345	,613	,806
ITEM11	64,86	61,192	,736	,804
ITEM12	64,66	61,954	,646	,806
ITEM13	64,45	61,724	,631	,806
ITEM14	64,42	61,972	,722	,805
ITEM15	64,45	63,239	,468	,810
ITEM16	64,52	62,821	,408	,812

Nota. La Tabla, muestra el índice de confiabilidad de cada ítem que se usó en el instrumento de recolección de datos de la segunda variable. *Fuente.* SPSS 27.

Tabla 9

Estadística de fiabilidad para el instrumento de la segunda variable.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,812	16

Nota. La Tabla, muestra el índice de confiabilidad del instrumento de recolección de datos de la segunda variable. *Fuente.* SPSS 27.

Validez del instrumento

Desde la perspectiva de Hernández & Mendoza, (2018), la validez “Es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. Se logra cuando se demuestra que el instrumento refleja el concepto abstracto a través de sus indicadores empíricos” (p. 229).

Para la validación del instrumento principal de recolección de datos, se hizo uso de la validación de expertos, tal como sigue:

Tabla 10

Resultado de la validación de los expertos.

Indicadores	Criterios	Experto 1	Experto 2	Experto 3
1 Suficiencia	Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
2 Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
3 Coherencia	El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
4 Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
Nombres y apellidos		Jesús Hugo Medina Oré	Elmer Kevin Moscoso Quichca	Aníbal Martínez Inga
Grado académico		Magister	Magister	MBA
Valoración		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto

Nota. La Tabla, muestra el resumen de la validación de expertos en relación a la suficiencia, la claridad, la coherencia, y la relevancia, que cada ítem tiene. Fuente: Planilla de juicio de expertos.

4.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

4.7.1. Técnicas de Procesamiento de Datos

Las técnicas que se utilizaron para el procesamiento de los datos que ayudaron a sintetizar los resultados de la investigación en función a los objetivos propuestos fueron las siguientes:

- Clasificación de datos.
- Ordenamiento de datos.
- Registro de datos.
- Excel 2021.
- SPSS 27.

4.7.2. Técnicas de Análisis de Datos

Las técnicas que se utilizaron para el análisis de los datos que ayudaron a sintetizar los resultados de la investigación en función a los objetivos propuestos fueron las siguientes:

- Estadística descriptiva (tablas de frecuencias; y gráficos estadísticos).
- Estadística Inferencial (estadígrafos de la prueba de hipótesis).
- SPSS 27.

4.8. Aspectos Éticos de la Investigación

En la ejecución de la presente tesis, se consideró a la ética como un compromiso honesto, transparente, y coherente, respetando los derechos de todos los autores citados en el contexto; evitando el plagio, la copia o la adulteración de los datos, actuando con imparcialidad y responsabilidad social; para todo ello, se trabajó con la bibliografía suficiente, no se recurrió a recurso inmorales, y se guardó la reserva de la identidad de la fuente informativa. Por lo tanto, dejamos a consideración de los encargados para someter a la evaluación respectiva, a fin de no cometer faltas a nuestra ética profesional.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción de Resultados

5.1.1. Resultados Descriptivos del cuestionario aplicado

Resultados descriptivos sobre el Emprendimiento de los Millennials

Esta variable, es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas.

Dimensión 1: Actitud Emprendedora

Tabla 11

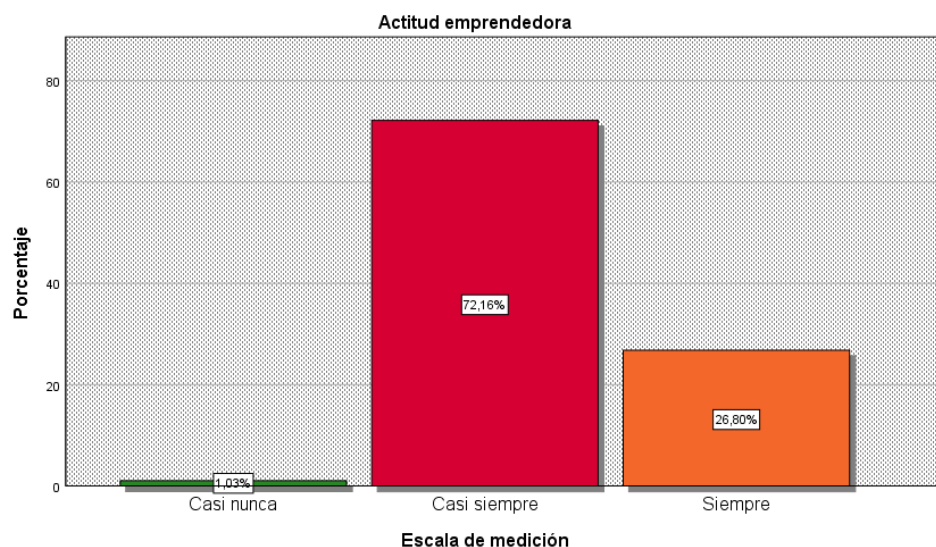
Resultados descriptivos sobre la actitud emprendedora de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	1	1,0	1,0	1,0
Casi siempre	70	72,2	72,2	73,2
Siempre	26	26,8	26,8	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado de la actitud emprendedora de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Figura 7

Resultados descriptivos sobre la actitud emprendedora de los millennials.



Nota. La Figura, muestra representación gráfica de la actitud emprendedora de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

De acuerdo a los millennials encuestados, y según la Tabla 11 y la Figura 7, de los 97 millennials encuestados, 70 millennials, que integran al 72.2% de la muestra de estudio, respondieron que casi siempre revelan actitud mental positiva, autoconfianza, actitud perseverante, creatividad, y asertividad en las decisiones; mientras que, 26 millennials, que conforman el 26.8%, consideran que lo revelan siempre; por otro lado, 1 millennials, o sea, el 1%, menciona que casi nunca. Como consecuencia, se concluye que, la mayoría de los millennials, representados por el 99% de la muestra de estudios, revelan una actitud emprendedora frente a las adversidades, pero por ser aún jóvenes es necesario guiarlos y orientarlos en las decisiones que tomen en relación al emprendimiento.

Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia de la actitud emprendedora en los millennials.

Dimensión 2: Espíritu Emprendedor

Tabla 12

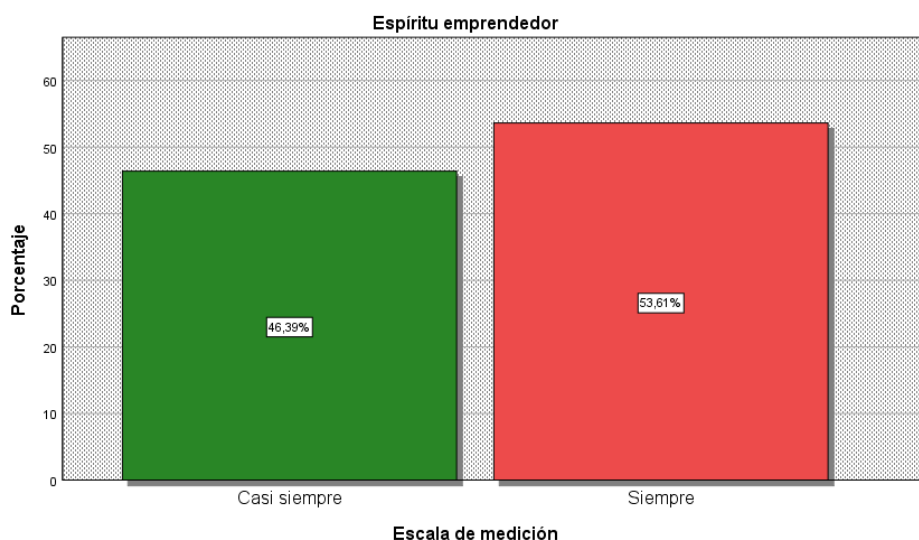
Resultados descriptivos sobre el espíritu emprendedor de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	45	46,4	46,4	46,4
Válido Siempre	52	53,6	53,6	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado del espíritu emprendedor de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Figura 8

Resultados descriptivos sobre el espíritu emprendedor de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica del espíritu emprendedor de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Así también, de acuerdo a los millennials encuestados, y según la Tabla 12 y la Figura 8, de los 97 millennials encuestados, 52 millennials, que integran al 53.6% de la muestra de estudio, respondieron que siempre consideran al liderazgo como herramienta de influencia, muestran iniciativa propia, asumen los riesgos, se perfeccionan constantemente, investiga nuevos métodos, y se orienta constantemente al logro de sus objetivos personales y asertividad; mientras que, 45 millennials, que forman el 46.4%, consideran que lo realizan casi siempre.

Como consecuencia, se concluye que, la mayoría de los millennials, representados por el 53.6% de la muestra de estudios, revelan buen espíritu emprendedor frente al contexto. Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia del espíritu emprendedor en los millennials.

Resultados sobre el Emprendimiento de los millennials

Tabla 13

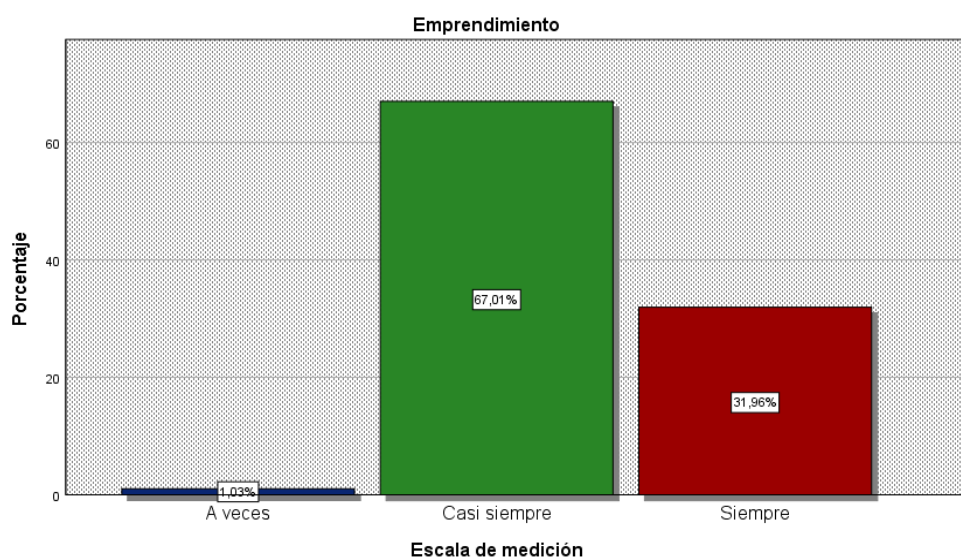
Resultados descriptivos sobre el emprendimiento de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	1	1,0	1,0	1,0
Casi siempre	65	67,0	67,0	68,0
Siempre	31	32,0	32,0	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado del emprendimiento de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

Figura 9

Resultados descriptivos sobre el emprendimiento de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica del emprendimiento de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

En resumen, según los resultados que presenta la Tabla 13 y la Figura 9, se evidencia claramente que, 65 millennials, que integran al 67% de la muestra de estudio, casi siempre consideran al emprendimiento, como una alternativa de solución a las diversas adversidades que se presentan; mientras que, 31 millennials, que conforman el 32%, consideran siempre; por otro lado, 1 millennials, o sea, el 1%, menciona a veces.

Estos resultados hacen que se concluye que, la mayoría de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, mencionan que el emprendimiento, es ya no es una opción, ahora es un compromiso de cambio que debe estar monitoreado constantemente.

Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia del emprendimiento en los millennials.

Resultados agrupados de la variable Emprendimiento

Tabla 14

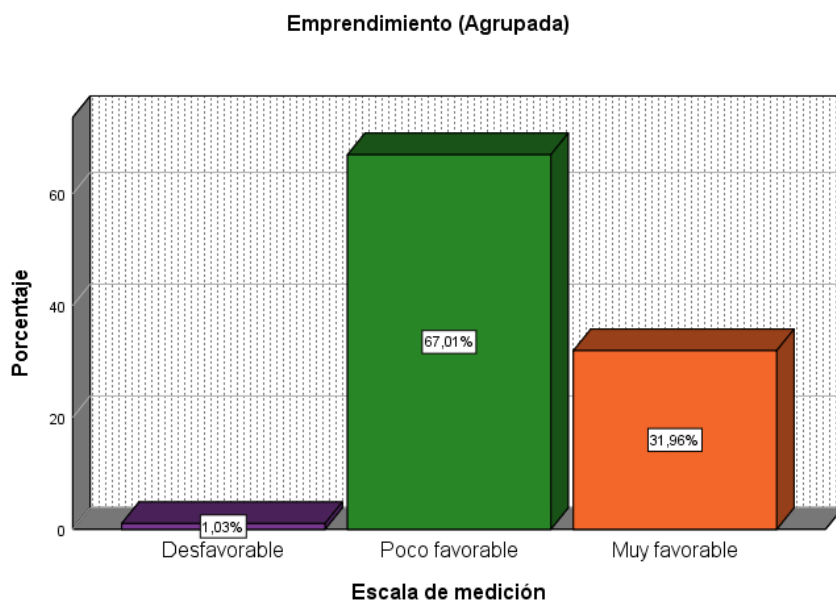
Resultados agrupados de la variable emprendimiento.

Emprendimiento (Agrupada)				
Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desfavorable	1	1,0	1,0	1,0
Válido Poco favorable	65	67,0	67,0	68,0
Muy favorable	31	32,0	32,0	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado agrupado del emprendimiento en los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

Figura 10

Resultados agrupados de la variable emprendimiento.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica del resultado agrupado del emprendimiento de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

A manera de síntesis y como complemento a los resultados alcanzados en el estudio de la variable (Emprendimiento), de acuerdo a la Tabla 14 y la Figura 10, se evidencia claramente que 65 millennials, que conforman el 67% de la muestra, revelan una actitud emprendedora, y un espíritu emprendedor poco favorable; mientras que 31 millennials, o sea, el 32% manifiestan estos aspectos de manera favorable; finalmente, 1 millennials, que representan el 1% muestra una actitud y un espíritu desfavorables. Por todo lo mencionado se concluye en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, los millennials, en su mayoría, revelan una actitud emprendedora favorable. Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia del emprendimiento en los millennials.

Resultados descriptivos sobre las competencias en los millennials

Esta variable, “Es el conjunto de habilidades interpersonales que los jóvenes han desarrollado, el perfeccionamiento de la confianza y la motivación, pensar con criterio y defender sus opiniones, así como el desarrollo de la innovación y la creatividad”.

Dimensión 1: Habilidades Interpersonales

Tabla 15

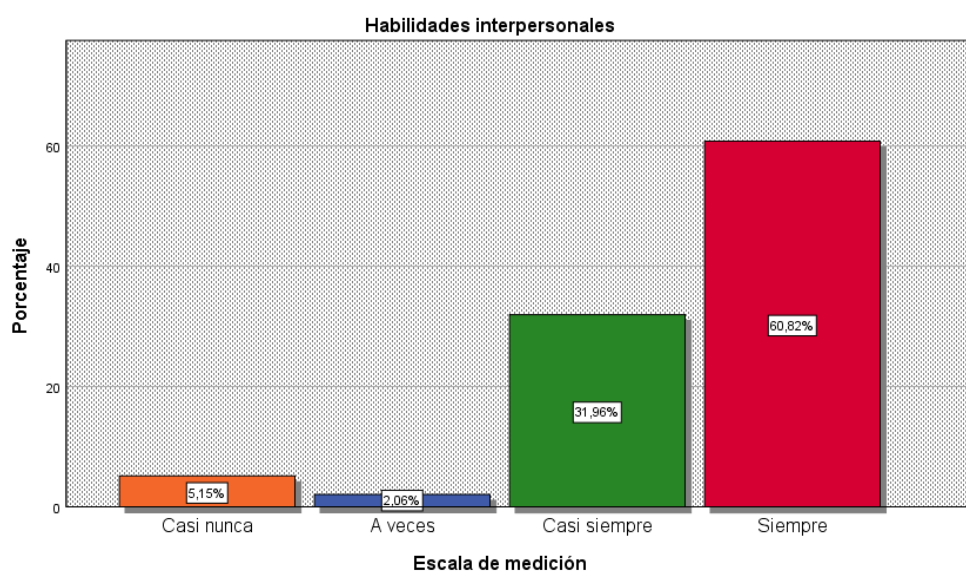
Resultados descriptivos sobre las habilidades interpersonales de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	5	5,2	5,2	5,2
A veces	2	2,1	2,1	7,2
Válido Casi siempre	31	32,0	32,0	39,2
Siempre	59	60,8	60,8	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado de las habilidades interpersonales de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Figura 11

Resultados descriptivos sobre las habilidades interpersonales de los millennials.



Nota. La Figura, muestra representación gráfica de las habilidades interpersonales de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Interpretando los resultados alcanzados de la Tabla 15 y la Figura 11, de los 97 millennials encuestados, 59 millennials, que integran al 60.8% de la muestra de estudio, respondieron que siempre consideran su capacidad individual, muestran compromiso propio, asumen las normas y reglas, y autoreflexionan; mientras que, 31 millennials, que forman 32%, consideran que lo realizan casi siempre; de la misma manera, 5 millennials, o sea, el 5.2%, consideran casi nunca, finalmente 2 millennials, que forman 2.1%, consideran que lo realizan a veces.

Como consecuencia, se concluye que, la mayoría de los millennials, representados por el 60.8% de la muestra de estudios, revelan buenas habilidades interpersonales.

Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia de las habilidades interpersonales en los millennials.

Dimensión 2: Confianza y Motivación

Tabla 16

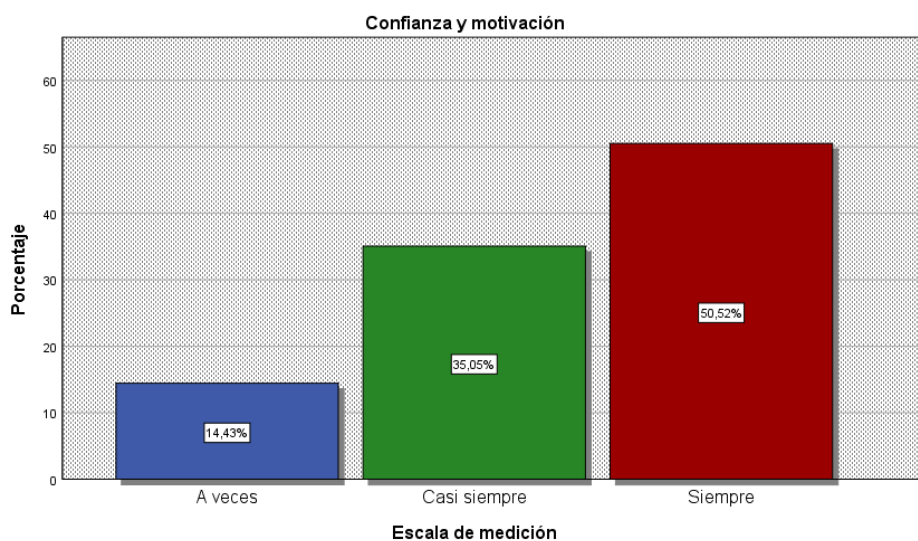
Resultados descriptivos sobre la confianza y motivación de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	14	14,4	14,4	14,4
Casi siempre	34	35,1	35,1	49,5
Válido Siempre	49	50,5	50,5	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado de la confianza y motivación de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Figura 12

Resultados descriptivos sobre la confianza y motivación de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica de la confianza y motivación de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Tal como refleja la información de la Tabla 16 y la Figura 12, se evidencia claramente que, de los 97 millennials encuestados, 49 millennials, que integran al 50.5% de la muestra de estudio, consideran siempre sus pensamientos, sentimientos y tendencia, así mismo, muestran seguridad, y se encuentran enfocados en sus objetivos personales; mientras que, 34 millennials, que forman 35.1%, consideran que lo realizan casi siempre; finalmente, 14 millennials, que forman 14.4%, consideran que lo realizan a veces. Como consecuencia, se concluye que, la mayoría de los millennials, representados por el 50.5% de la muestra de estudios, revelan una muy buena confianza y motivación personal.

Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia de la confianza y la motivación en el accionar de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa.

Dimensión 3: Pensamiento Crítico

Tabla 17

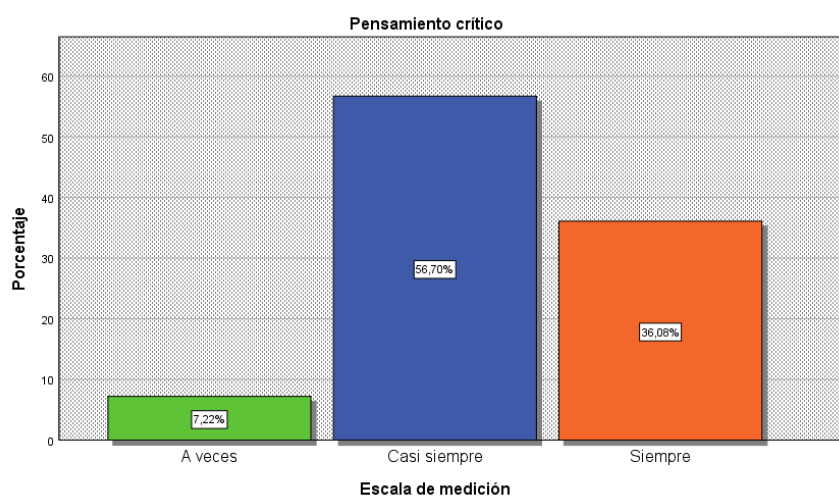
Resultados descriptivos sobre el pensamiento crítico de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	7	7,2	7,2	7,2
Casi siempre	55	56,7	56,7	63,9
Siempre	35	36,1	36,1	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado del pensamiento crítico de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Figura 13

Resultados descriptivos sobre el pensamiento crítico de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica del pensamiento crítico de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Desde los resultados que muestran la Tabla 17 y la Figura 13, se evidencia claramente que, de los 97 millennials encuestados, 55 millennials, que integran al 56.7% de la muestra de estudio, cuentan casi siempre con la capacidad suficiente para resolver adversidades con amplitud, detalle, claridad y lógica; mientras que, 35 millennials, que forman 36.1%, consideran que lo realizan siempre; finalmente, 7 millennials, que forman 7.2%, consideran que lo realizan sólo a veces. Como consecuencia, se concluye que, la mayoría de los

millennials, representados por el 56.7% de la muestra de estudios, revelan un buen pensamiento crítico. Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia del pensamiento crítico en el accionar de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa.

Dimensión 4: Innovación y Creatividad

Tabla 18

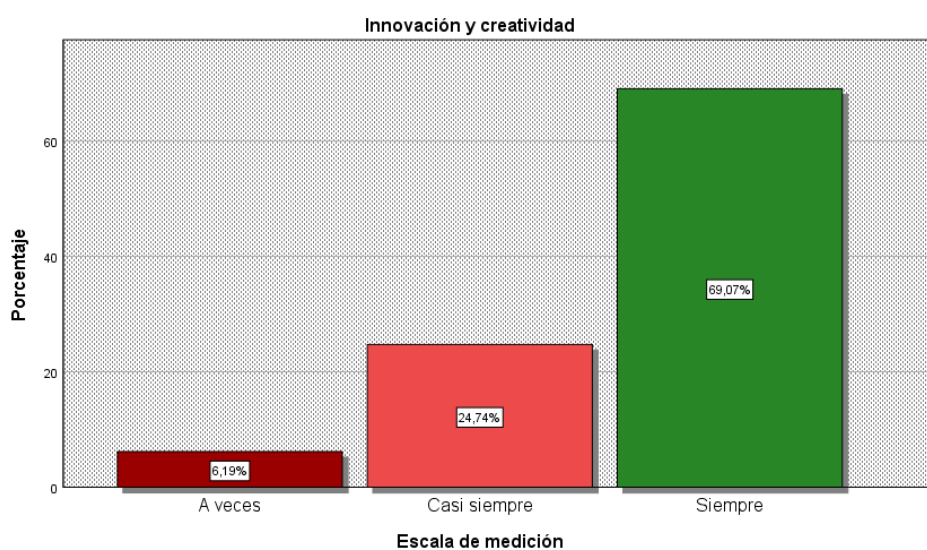
Resultados descriptivos sobre la innovación y la creatividad de los millennials.

Esca la de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	6	6,2	6,2	6,2
Casi siempre	24	24,7	24,7	30,9
Siempre	67	69,1	69,1	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado de la innovación y creatividad de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Figura 14

Resultados descriptivos sobre la innovación y la creatividad de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica de la innovación y creatividad de los millennials en el emprendimiento que desarrollan. Fuente: SPSS 27.

Desde los resultados que muestran la Tabla 18 y la Figura 14, se evidencia claramente que, de los 97 millennials encuestados, 67 millennials, que integran al 69.1% de la muestra de estudio, siempre, utilizan la imaginación para salir de la rutina, desarrollan técnicas creativas, buscan la mejora constantemente, y gestionan nuevas herramientas de innovación y creatividad; mientras que, 24 millennials, que forman 24.7%, lo realizan casi siempre; finalmente, 6 millennials, que forman 6.2%, lo realizan sólo a veces.

Como consecuencia, se concluye que, la mayoría de los millennials, representados por el 69.1% de la muestra de estudios, revelan una muy buena innovación y creatividad.

Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia de la innovación y la creatividad en el accionar de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa.

Resultados sobre las Competencias de los Millennials

Tabla 19

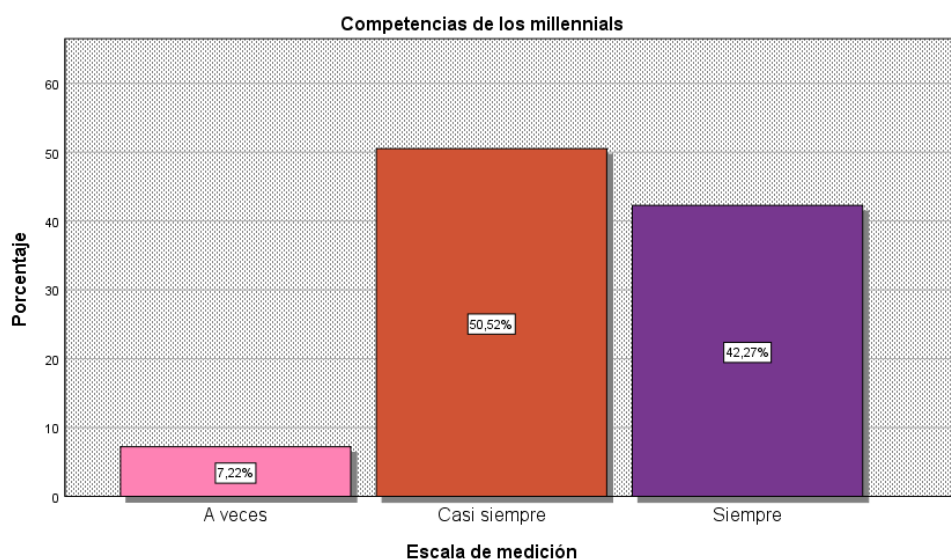
Resultados descriptivos sobre las competencias de los millennials.

Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	7	7,2	7,2	7,2
Casi siempre	49	50,5	50,5	57,7
Válido Siempre	41	42,3	42,3	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado sobre las competencias de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

Figura 15

Resultados descriptivos sobre las competencias de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica de las competencias de los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

En resumen, según los resultados que presenta la Tabla 19 y la Figura 15, se evidencia claramente que, 49 millennials, que integran al 50.5% de la muestra de estudio, casi siempre muestran sus competencias personales para enfrentar a las diversas adversidades; mientras que, 41 millennials, que conforman el 42.3%, consideran siempre; por otro lado, 7 millennials, o sea, el 7.2%, lo realizan sólo a veces.

Estos resultados hacen que se concluye que, la mayoría de los millennials en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, casi siempre muestran unas competencias adecuadas, pero también existe una población que necesita ayuda para fortalecerlas.

Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia de las competencias en los millennials.

Resultados agrupados sobre la variable Competencias de los Millennials

Tabla 20

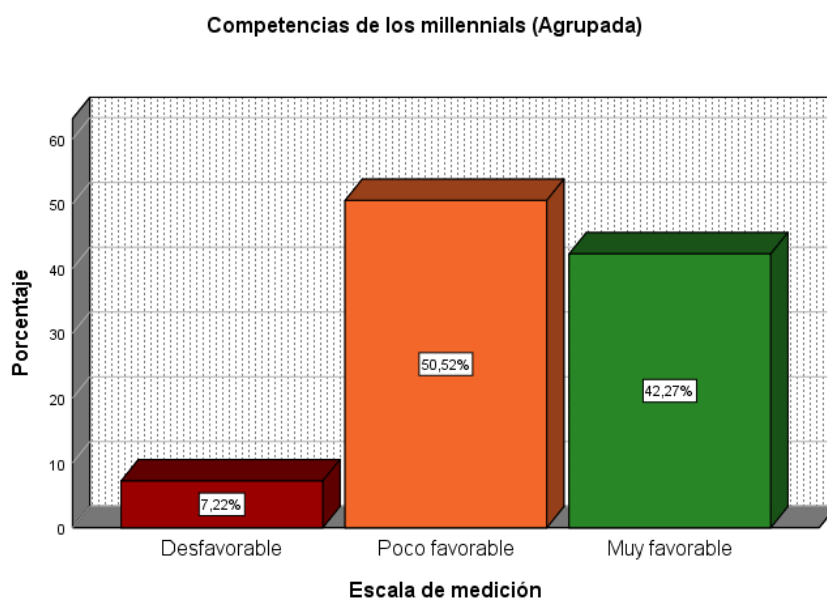
Resultados agrupados sobre la variable competencias de los millennials.

Competencias de los millennials (Agrupada)				
Escala de medición	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desfavorable	7	7,2	7,2
	Poco favorable	49	50,5	57,7
	Muy favorable	41	42,3	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Nota. La Tabla, muestra el resultado agrupado de las competencias en los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

Figura 16

Resultados agrupados sobre la variable competencias de los millennials.



Nota. La Figura, muestra la representación gráfica sobre el resultado agrupado de las competencias en los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: SPSS 27.

A manera de síntesis y como complemento a los resultados alcanzados en el estudio de la variable (Competencias de los millennials), de acuerdo a la Tabla 20 y la Figura 16, se evidencia claramente que 49 millennials, que conforman el 50.5% de la muestra, revelan unas

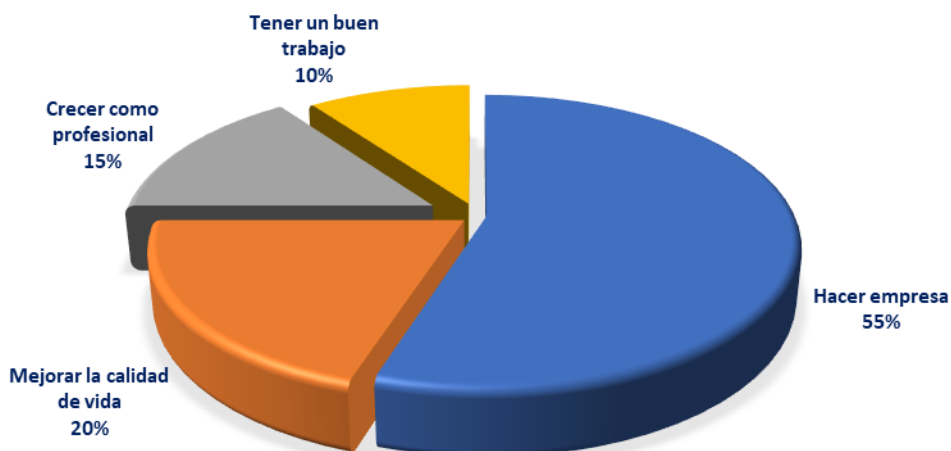
habilidades interpersonales, confianza y motivación, pensamiento crítico, e innovación y creatividad, poco favorables; mientras que 41 millennials, o sea, el 42.3% manifiestan estas competencias de manera favorable; finalmente, 7 millennials, que representan el 7.2% manifiestan estas competencias desfavorablemente. Por todo lo mencionado se concluye en la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, los millennials, en su mayoría, revelan competencias favorables. Este resultado se respalda por (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); en el escenario nacional; y por (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); en el escenario internacional, quienes dentro de sus trabajos de investigación, demostraron la importancia de las competencias en los millennials.

Resultados descriptivos sobre la entrevista realizada

Ante las interrogantes hechas a los millennials de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Figura 17

¿Cuáles son sus objetivos de emprendimiento personal cuando terminan la carrera universitaria?

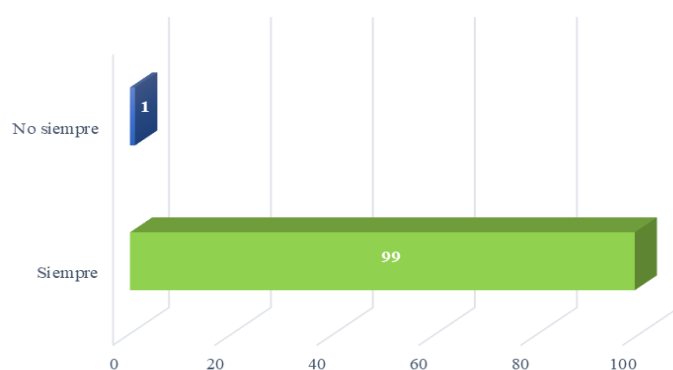


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 17, existe un 55% de los millennials que prefieren hacer empresa; seguido por un 20% de la población que busca mejorar la calidad de vida; por otro lado, el 15% busca crecer como profesional; finalmente, el 10% de los millennials entrevistados solo buscan tener un buen trabajo.

Figura 18

¿Considera que la actitud positiva es necesaria para no cometer errores en el camino del emprendedor?

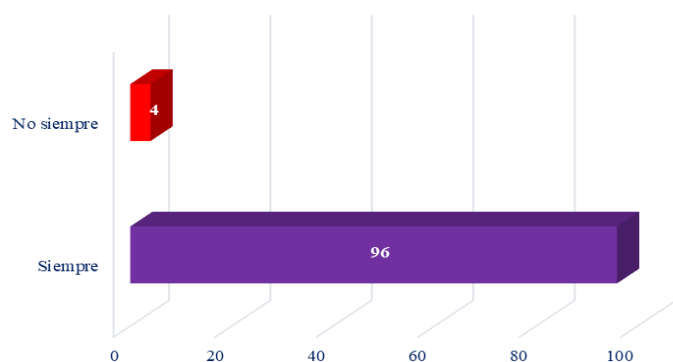


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 18, existe un 99% de los millennials que siempre consideran necesaria la actitud positiva; y un 1% que no siempre consideran necesaria.

Figura 19

¿Es consciente que tener iniciativa propia es la base para poder emprender algún negocio propio?

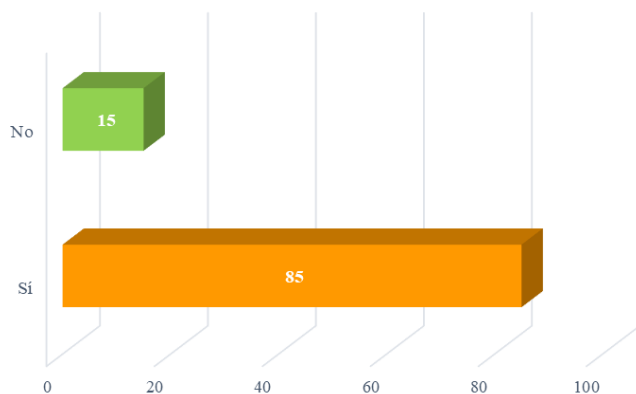


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 19, existe un 96% de los millennials que siempre consideran necesaria la iniciativa propia; y un 4% que no siempre la consideran necesaria.

Figura 20

¿Para un emprendedor es necesario que su capacidad de análisis sea disruptiva?

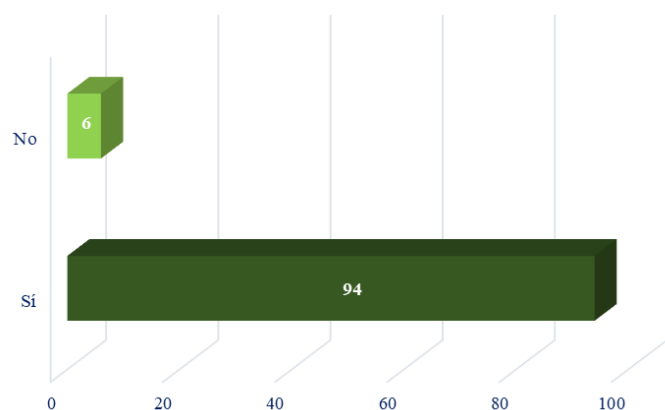


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 20, existe un 85% de los millennials que tienen una respuesta positiva; y un 15% que tienen una respuesta negativa, ante la interrogante.

Figura 21

¿Creé usted que sus habilidades personales e interpersonales mejoraron significativamente?

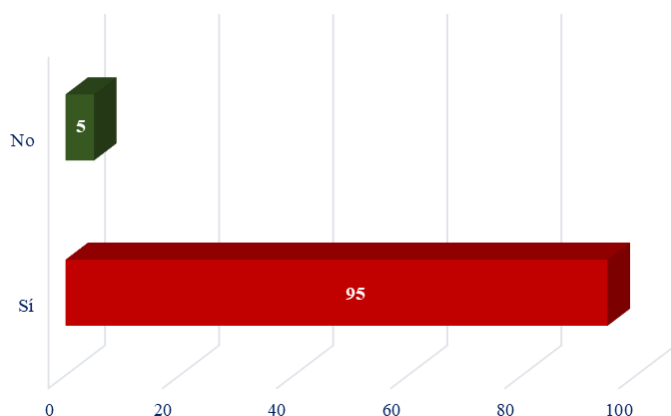


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 21, existe un 94% de los millennials que tienen una respuesta positiva; y un 6% que tienen una respuesta negativa, ante la interrogante.

Figura 22

¿Hoy en día considera que su confianza y motivación es diferente a lo de antes?

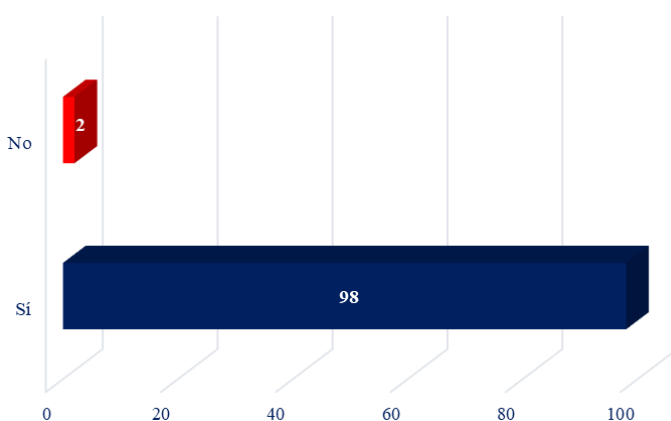


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 22, existe un 95% de los millennials que tienen una respuesta positiva; y un 5% que tienen una respuesta negativa, ante la interrogante.

Figura 23

¿El pensamiento que ahora maneja tiene la amplitud suficiente, la precisión y la lógica?

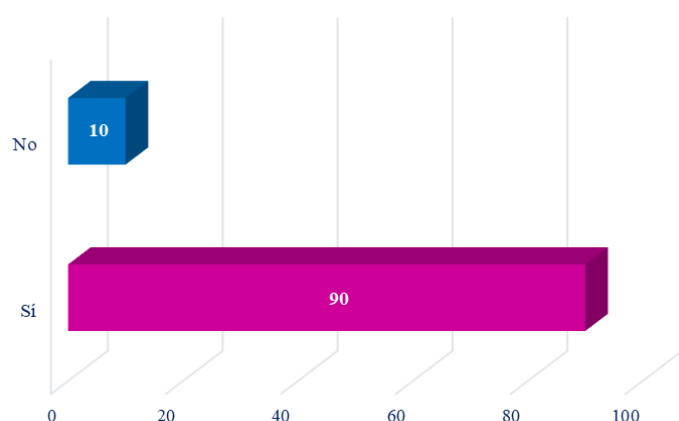


Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 23, existe un 98% de los millennials que tienen una respuesta positiva; y un 2% que tienen una respuesta negativa, ante la interrogante.

Figura 24

¿Se siente preparado para generar nuevos conocimientos y desarrollar técnicas creativas?



Nota. La Figura, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

Tal como se observa en la Figura 24, existe un 90% de los millennials que tienen una respuesta positiva; y un 10% que tienen una respuesta negativa, ante la interrogante.

Tabla 21

Cuadro de resumen de la entrevista.

Preguntas	Respuestas			
	55%	20%	15%	10%
1. ¿Cuáles son sus objetivos de emprendimiento personal cuando terminan la carrera universitaria?	Hacer empresa	Mejorar la calidad de vida	Crecer como profesional	Tener un buen trabajo
2. ¿Considera que la actitud positiva es necesaria para no cometer errores en el camino del emprendedor?	99% Siempre			1% No siempre
3. ¿Es consciente que tener iniciativa propia es la base para poder emprender algún negocio propio?	96% Siempre			4% No siempre
4. ¿Para un emprendedor es necesario que su capacidad de analizar debe ser las disruptivas?	85% Sí			15% No
5. ¿Creó usted que sus habilidades personales e interpersonales mejoraron significativamente?	94% Sí			6% No
6. ¿Hoy en día considera que su confianza y motivación es diferente a lo de antes?	95% Sí			5% No
7. ¿El pensamiento que ahora maneja tiene la amplitud suficiente, la precisión y la lógica?	98% Sí			2% No
8. ¿Se siente preparado para generar nuevos conocimientos y desarrollar técnicas creativas?	90% Sí			10% No

Nota. La Tabla, muestra las respuestas de los millennials entrevistado en la Facultad de Administración de la Universidad Juan Santos Atahualpa, de Chanchamayo. Fuente: Cuantificación de la entrevista.

5.2. Contrastación de la hipótesis

Para la contrastación de la hipótesis se hizo uso del estadígrafo Rho de Spearman, porque el objetivo de la presente tesis es determinar la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; por otro lado se habla de dos variables categóricas con una escala de medición ordinal. Como apoyo se utilizó el cuadro de coeficiente de correlación propuesto por (Hernández & Mendoza, 2018).

Figura 25

Coefficiente de correlación.



Los coeficientes pueden variar de -1.00 a 1.00 , donde:

- -1.00 = correlación negativa perfecta. ("A mayor X, menor Y", de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica "a menor X, mayor Y".
- -0.90 = Correlación negativa muy fuerte.
- -0.75 = Correlación negativa considerable.
- -0.50 = Correlación negativa mediana.
- -0.25 = Correlación negativa débil.
- -0.10 = Correlación negativa muy débil.
- 0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.
- 0.10 = Correlación positiva muy débil.
- 0.25 = Correlación positiva débil.
- 0.50 = Correlación positiva mediana.
- 0.75 = Correlación positiva considerable.
- 0.90 = Correlación positiva muy fuerte.
- 1.00 = Correlación positiva perfecta ("A mayor X, mayor Y" o "a menor X, menor Y", de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante, igual cuando X disminuye).

Nota. La Figura, muestra los índices de correlación, y el nivel de significancia de los resultados. Fuente: Elaboración de los tesisistas, basada en (Hernández & Mendoza, 2018), p. 346.

5.2.1. *Contrastación de la hipótesis general*

1. Planteamiento de la hipótesis estadística

(H_0)

No existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

(H_1)

Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

2. Nivel de confianza = 95%

3. Nivel de significancia = 0.05

4. Regla de decisión

- Si $p > \alpha$: Se acepta la H_0 ; y se rechaza la H_1 .
- Si $p \leq \alpha$: Se rechaza la H_0 ; y se acepta la H_1 .

5. Prueba de hipótesis

Tabla 22

Relación entre el Emprendimiento y las Competencias de los millennials.

			Emprendimiento	Competencias de los millennials
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,768
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	97	97
	Competencias de los millennials	Coeficiente de correlación	,768	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	97	97

Nota. La Tabla muestra el coeficiente que demuestra la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

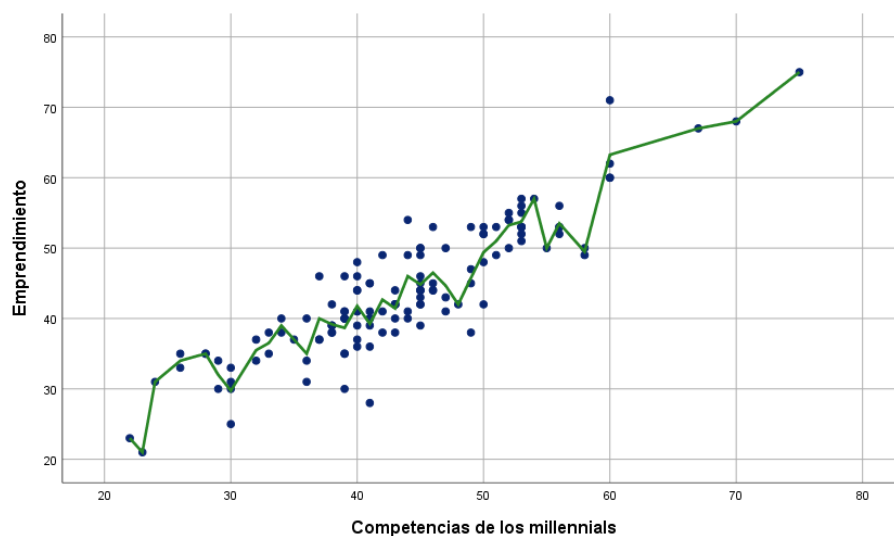
6. Decisión estadística

Tal como nos muestra el índice de correlación Rho de Spearman, existe una relación positiva media entre el emprendimiento y las competencias de los millennials; esto se respalda con un ($r = 0.768$); y un p valor de (0.000) que indica la significancia de esta relación; motivo suficiente para rechazar la hipótesis nula y se aceptar la hipótesis alterna planteada como hipótesis general.

7. Diagrama de dispersión

Figura 26

Dispersión lineal sobre la hipótesis general.



Nota. La tabla nos presenta el diagrama de dispersión lineal de la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

8. Conclusión final

El diagrama de dispersión, respalda el resultado de la prueba de hipótesis, ya que, la línea indica que existe una correlación positiva entre el emprendimiento y las competencias

de los millennials; y el nivel de concentración representado por los puntos en el diagrama la respalda, por tanto, se acepta la hipótesis planteada, y se determina que existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las competencias de los millennials.

5.2.2. *Contrastación de la hipótesis específica 1*

1. Planteamiento de la hipótesis estadística

(H₀)

No existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

(H₁)

Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

2. Nivel de confianza = 95%

3. Nivel de significancia = 0.05

4. Regla de decisión

- Si $p > \alpha$: Se acepta la H_0 ; y se rechaza la H_1 .

- Si $p \leq \alpha$: Se rechaza la H_0 ; y se acepta la H_1 .

5. Prueba de hipótesis

Tabla 23

Relación entre el Emprendimiento y las Habilidades interpersonales de los millennials.

			Emprendimiento	Habilidades interpersonales
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,507
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Habilidades interpersonales	N	97	97
		Coefficiente de correlación	,507	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

Habilidades interpersonales	N	97	97
--------------------------------	---	----	----

Nota. La Tabla muestra el coeficiente que demuestra la relación que existe entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

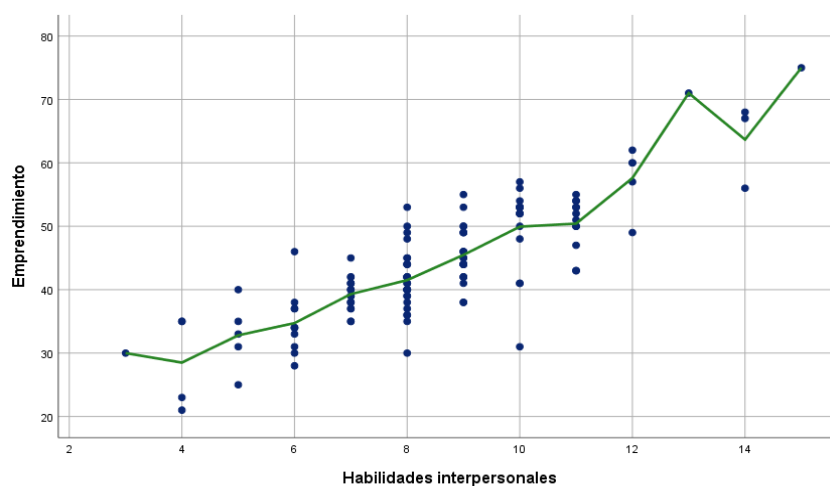
6. Decisión estadística

Tal como nos muestra el índice de correlación Rho de Spearman, existe una relación positiva media entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials; esto se respalda con un ($r = 0.507$); y un p valor de (0.000) que indica la significancia de esta relación; motivo suficiente para rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna planteada como hipótesis específica 1.

7. Diagrama de dispersión

Figura 27

Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 1.



Nota. La tabla nos presenta el diagrama de dispersión lineal de la relación que existe entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

8. Conclusión final

El diagrama de dispersión, respalda el resultado de la prueba de hipótesis, ya que, la línea indica que existe una correlación positiva entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials; y el nivel de concentración representado por los puntos en el diagrama la respalda, por tanto, se acepta la hipótesis planteada, y se determina que existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials.

5.2.3. Contrastación de la hipótesis específica 2

1. Planteamiento de la hipótesis estadística

(H₀)

No existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la confianza y motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

(H₁)

Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la confianza y motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

2. Nivel de confianza = 95%

3. Nivel de significancia = 0.05

4. Regla de decisión

- Si $p > \alpha$: Se acepta la H₀; y se rechaza la H₁.
- Si $p \leq \alpha$: Se rechaza la H₀; y se acepta la H₁.

5. Prueba de hipótesis

Tabla 24

Relación entre el Emprendimiento y la Confianza - motivación de los millennials.

		Emprendimiento	Confianza y motivación
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	97
	Confianza y motivación	Coeficiente de correlación	,530
		Sig. (bilateral)	,000
		N	97

Nota. La Tabla muestra el coeficiente que demuestra la relación que existe entre el emprendimiento y la confianza - motivación de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

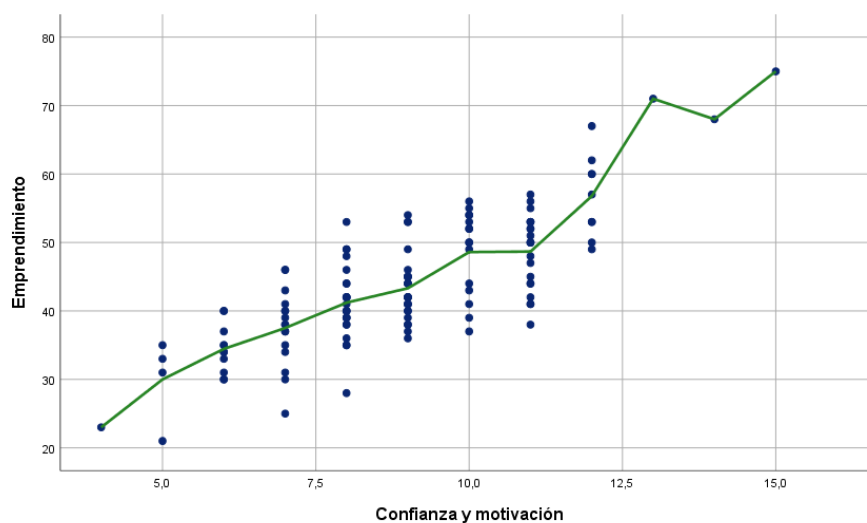
6. Decisión estadística

Tal como nos muestra el índice de correlación Rho de Spearman, existe una relación positiva media entre el emprendimiento y la confianza - motivación de los millennials; esto se respalda con un ($r = 0.530$); y un p valor de (0.000) que indica la significancia de esta relación; motivo suficiente para rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna planteada como hipótesis específica 2.

7. Diagrama de dispersión

Figura 28

Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 2.



Nota. La tabla nos presenta el diagrama de dispersión lineal de la relación que existe entre el emprendimiento y la confianza - motivación de los millennials de la facultad de Administración de

la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

8. Conclusión final

El diagrama de dispersión, respalda el resultado de la prueba de hipótesis, ya que, la línea indica que existe una correlación positiva entre el emprendimiento y la confianza - motivación de los millennials; y el nivel de concentración representado por los puntos en el diagrama la respalda, por tanto, se acepta la hipótesis planteada, y se determina que existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la confianza - motivación de los millennials.

5.2.4. Contrastación de la hipótesis específica 3

1. Planteamiento de la hipótesis estadística

(H₀)

No existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

(H₁)

Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

2. Nivel de confianza = 95%

3. Nivel de significancia = 0.05

4. Regla de decisión

- Si $p > \alpha$: Se acepta la H_0 ; y se rechaza la H_1 .
- Si $p \leq \alpha$: Se rechaza la H_0 ; y se acepta la H_1 .

5. Prueba de hipótesis

Tabla 25

Relación entre el Emprendimiento y el Pensamiento crítico de los millennials.

			Emprendimiento	Pensamiento crítico
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,566
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	97	97
	Pensamiento crítico	Coeficiente de correlación	,566	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	97	97

Nota. La Tabla muestra el coeficiente que demuestra la relación que existe entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

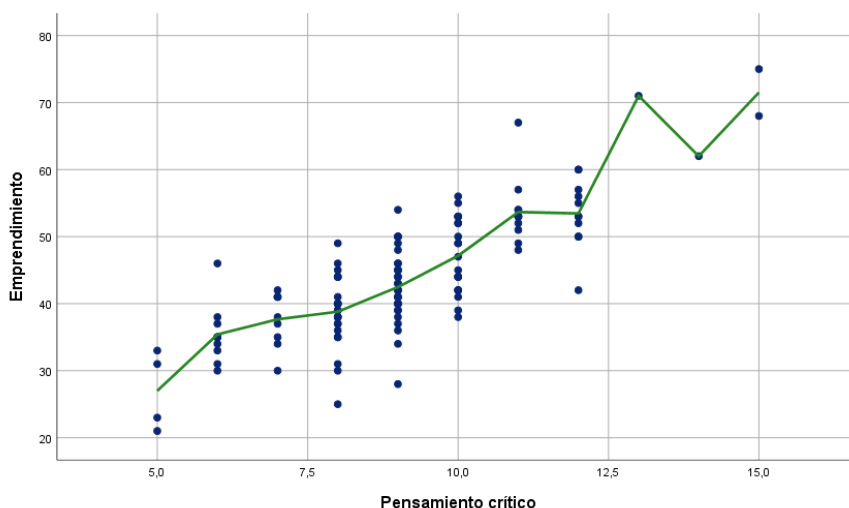
6. Decisión estadística

Tal como nos muestra el índice de correlación Rho de Spearman, existe una relación positiva media entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials; esto se respalda con un $(r = 0.566)$; y un p valor de (0.000) que indica la significancia de esta relación; motivo suficiente para rechazar la hipótesis nula y se aceptar la hipótesis alterna planteada como hipótesis específica 3.

7. Diagrama de dispersión

Figura 29

Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 3.



Nota. La tabla nos presenta el diagrama de dispersión lineal de la relación que existe entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

8. Conclusión final

El diagrama de dispersión, respalda el resultado de la prueba de hipótesis, ya que, la línea indica que existe una correlación positiva entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials; y el nivel de concentración representado por los puntos en el diagrama la respalda, por tanto, se acepta la hipótesis planteada, y se determina que existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials.

5.2.5. Contrastación de la hipótesis específica 4

1. Planteamiento de la hipótesis estadística

(H₀)

No existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

(H₁)

Existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

2. Nivel de confianza = 95%

3. Nivel de significancia = 0.05

4. Regla de decisión

- Si $p > \alpha$: Se acepta la H_0 ; y se rechaza la H_1 .

- Si $p \leq \alpha$: Se rechaza la H_0 ; y se acepta la H_1 .

5. Prueba de hipótesis

Tabla 26

Relación entre el Emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials.

			Emprendimiento	Innovación y creatividad
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,598
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	97	97
	Innovación y creatividad	Coefficiente de correlación	,598	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	97	97

Nota. La Tabla muestra el coeficiente que demuestra la relación que existe entre el emprendimiento y la innovación y creatividad de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

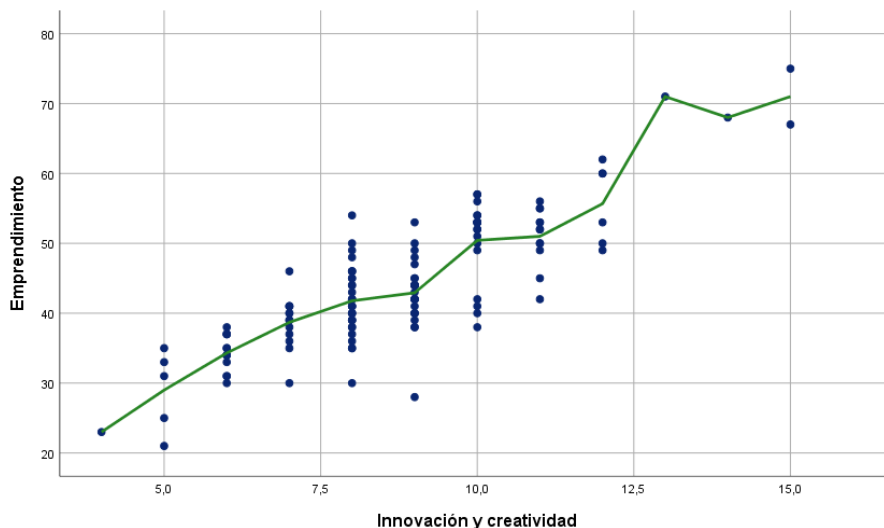
6. Decisión estadística

Tal como nos muestra el índice de correlación Rho de Spearman, existe una relación positiva media entre el emprendimiento y la innovación - creatividad de los millennials; esto se respalda con un ($r = 0.598$); y un p valor de (0.000) que indica la significancia de esta relación; motivo suficiente para rechazar la hipótesis nula y se aceptar la hipótesis alterna planteada como hipótesis específica 4.

7. Diagrama de dispersión

Figura 30

Dispersión lineal sobre la hipótesis específica 4.



Nota. La tabla nos presenta el diagrama de dispersión lineal de la relación que existe entre el emprendimiento y la innovación - creatividad de los millennials de la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa. Fuente: SPSS 27.

8. Conclusión final

El diagrama de dispersión, respalda el resultado de la prueba de hipótesis, ya que, la línea indica que existe una correlación positiva entre el emprendimiento y la innovación - creatividad de los millennials; y el nivel de concentración representado por los puntos en el diagrama la respalda, por tanto, se acepta la hipótesis planteada, y se determina que existe una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la innovación - creatividad de los millennials.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En concordancia a los resultados alcanzados tanto descriptiva como inferencialmente, en el contexto de la presente tesis se observa claramente:

En relación al objetivo general:

Se determina una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; y esto se respalda con un coeficiente de correlación del 76.8%; motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada como (hipótesis general).

En relación al objetivo específico 1:

Se indica una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; y esto se respalda con un coeficiente de correlación del 50.7%; motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada como (hipótesis específica 1).

En relación al objetivo específico 2:

Se define una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y la confianza - motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; y esto se respalda con un coeficiente de correlación del 53%; motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada como (hipótesis específica 2).

En relación al objetivo específico 3:

Se puntualiza una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; y esto se

respalda con un coeficiente de correlación del 56.6%; motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada como (hipótesis específica 3).

En relación al objetivo específico 4:

Se establece una relación positiva y significativa entre el emprendimiento y innovación - creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021; y esto se respalda con un coeficiente de correlación del 59.8%; motivo por el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada como (hipótesis específica 4).

En resultados alcanzados, se asemeja con las conclusiones que se llegaron por los siguientes antecedentes citados:

Antecedentes a nivel nacional: (Vega M. , 2018); (Córdova & Maldonado, 2017); y (Valencia, 2017); quienes dentro de sus trabajos de investigación, llegaron a la conclusión y demostraron la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials, en los diferentes escenarios desarrollados.

Antecedentes a nivel internacional: (Conzanza, 2018); (Barbitta, 2017); y (Molina, 2016); quienes dentro de sus trabajos de investigación, llegaron a la conclusión y demostraron la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials, en los diferentes escenarios desarrollados.

Por otro lado, las bases teóricas que respalda los resultados alcanzados en la presente tesis, son:

Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017), quienes hacen de conocimiento que el emprendimiento “Es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas” (p. 02).

Y Weiner, J. (2018), quién nos dice que las competencias de los millennials “Es el conjunto de habilidades interpersonales que los jóvenes han desarrollado, el perfeccionamiento de la confianza y la motivación, pensar con criterio y defender sus opiniones, así como el desarrollo de la innovación y la creatividad”.

En tal sentido, bajo lo referido en los párrafos anteriores y analizando los resultados alcanzados en la presente tesis, es necesario resaltar que si se mejoran, tanto, la actitud emprendedora como el espíritu emprendedor de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, estos mejorarán significativamente sus habilidades interpersonales; la confianza y motivación; el pensamiento crítico; y la innovación y creatividad.

CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general, se concluye que el emprendimiento se relaciona positiva y significativamente con las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, y esto se respalda con un coeficiente de 0.768, un p valor de 0,000; suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna planteada como general. Esto nos quiere decir que, si prestamos mayor atención en el desarrollo de la actitud emprendedora y el espíritu emprendedor de los millennials, se mejorará significativamente sus competencias.
2. En relación al objetivo específico 1, se concluye que el emprendimiento se relaciona positiva y significativamente con las habilidades interpersonales de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, y esto se respalda con un coeficiente de 0.507, un p valor de 0,000; suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna planteada. Esto nos quiere decir que, si prestamos mayor atención en el desarrollo de la actitud emprendedora y el espíritu emprendedor de los millennials, se mejorará significativamente sus habilidades interpersonales.
3. En relación al objetivo específico 2, se concluye que el emprendimiento se relaciona positiva y significativamente con la confianza y motivación de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, y esto se respalda con un coeficiente de 0.530, un p valor de 0,000; suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna planteada. Esto nos quiere decir que, si prestamos mayor atención en el desarrollo de la actitud emprendedora y el espíritu emprendedor de los millennials, se mejorará significativamente su confianza y motivación.

4. En relación al objetivo específico 3, se concluye que el emprendimiento se relaciona positiva y significativamente con el pensamiento crítico de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, y esto se respalda con un coeficiente de 0.566, un p valor de 0,000; suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna planteada. Esto nos quiere decir que, si prestamos mayor atención en el desarrollo de la actitud emprendedora y el espíritu emprendedor de los millennials, se mejorará significativamente su pensamiento crítico.
5. En relación al objetivo específico 4, se concluye que el emprendimiento se relaciona positiva y significativamente con la innovación y creatividad de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, y esto se respalda con un coeficiente de 0.598, un p valor de 0,000; suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna planteada como general. Esto nos quiere decir que, si prestamos mayor atención en el desarrollo de la actitud emprendedora y el espíritu emprendedor de los millennials, se mejorará significativamente su innovación y creatividad.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

1. Hacer público y de conocimiento de los resultados alcanzados en la presente tesis, en toda la comunidad de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, para que la tomen como base, y a partir de ello, puedan mejorar sus competencias personales y emprender nuevos proyectos que ayuden al desarrollo de la sociedad en general.
2. Capacitar a toda la comunidad millennials de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, a través de talleres con la finalidad de mejorar sus habilidades interpersonales, para emprender nuevos desafíos.
3. Mejorar los métodos utilizados en el proceso investigación, estableciendo nuevas herramientas que coadyuven en el enriquecimiento de la confianza y la motivación de los millennials de la universidad en mención.
4. Poner en práctica los resultados y las sugerencias que se realizan, para mejorar las competencias de los millennials, por ende, mejorar el pensamiento crítico y el accionar de los mismos.
5. Desarrollar nuevas investigaciones que ayuden a mejorar las habilidades de creatividad e innovación de los millennials, con el propósito de generar mejores alternativas en la solución de los problemas que existen.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alles, M. (2015). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. Buenos Aires: Editorial Granica S.A.
- APTiTUS. (27 de febrero de 2018). *Millennials vs Generación X: conoce sus competencias laborales*. Obtenido de APTiTUS.com/blog: <https://aptitus.com/blog/millennials-vs-generacion-x-conoce-competencias-laborales/>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación; Introducción a la metodología científica*. Venezuela: EDITORIAL EPSTEME, C.A.
- Barbitta, C. (2017). *Plan de negocios para el emprendimiento Happyhands Centro de Belleza para manos y pies*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica Federico Santa María, Departamento de Ingeniería Comercial, Santiago, Chile. Obtenido de <https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/40749/3560902049039UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Manual de Emprendedorismo*. Paraguay: Incuna. Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm000ad5gke-att/info_11_01.pdf
- Canales, R., Román, Y., & Ovando, W. (17 de febrero de 2017). Emprendimiento de la población joven en México: Una perspectiva crítica. (Redalyc.org, Ed.) *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento.*, V(12). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4576/457650040001/html/index.html>
- Cantos, F. (2015). *Estrategia de emprendimiento comunitario para fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio José Tipan Niza del cantón Santa Elena, periodo 2015*. Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, La Libertad, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3171/1/UPSE-TOD-2015-0091.pdf>

- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la Investigación Científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima, Perú.: San Marcos E.I.R.L.
- Casas, D. (11 de octubre de 2016). *Competencias laborales: Millennials vs Generación X*. Obtenido de Acsendo.blog: <https://blog.acsendo.com/competencias-laborales-millennials-vs-generacion-x/>
- Castro, E. (2016). *Teoría y Práctica de la investigación científica*. Huancayo: Perugraph SRL.
- Cegarra, J. (2012). *Metodología de la Investigación Científica y tecnológica*. Madrid, España: Diaz e Santos.
- Conzanza, M. (2018). *Factores claves en la retención de talentos millennial dentro de la Industria de Software y Servicios Informáticos (SSI)*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro., Facultad de Ciencias Económicas., Argentina. Obtenido de https://www.ridaa.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/1803/38922424_FRADE_MARIA_CONSTANZA.pdf?sequence=1
- Córdova, E., & Maldonado, G. (2017). *Los millennials con las competencias para futuros líderes disruptivos en la transformación digital en las compañías de seguro de Lima Metropolitana*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624756/Cordova_%20AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diez Canseco, R. (2014). *El Arte de Emprender*. Lima, Perú.: Fondo Editorial Universidad San Ignacio de Loyola.
- Ernst & Young Consultores. (Junio de 2008). *Manual de gestión por competencias*. Obtenido de <https://formacionhumana.files.wordpress.com/2008/06/competencias.pdf>
- Hernández, K., Gonzales, L., & Herrera, M. (2015). *Emprendimiento universitario: generalidades y primeros resultados del taller de sensibilización para profesores sobre*

- espíritu emprendedor*. México: Centro de Cultura Emprendedora - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey .
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Ipsos. (22 de enero de 2021). Colombia tiene el mayor espíritu emprendedor de Latinoamérica según estudio de Ipsos. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-tiene-el-mayor-espiritu-emprendedor-de-latinoamerica-segun-estudio-de-ipsos-3114263>
- Lima, J., & Polanco, F. (2017). *Satisfacción laboral en los millennials en comparación a la Generación X en Arequipa, 2017*. Tesis de pregrado, Arequipa, Perú. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15206/1/lima_cornejo_jor_mil.pdf
- Luna, J. (4 de noviembre de 2019). Los retos del emprendimiento en el Perú. *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/pymes-los-retos-del-emprendimiento-en-el-peru-comex-noticia/>
- Messina, M. (2018). *Manual didactico de emprendedurismo*. Montevideo, Uruguay.: Universidad de la República.
- Molina, G. (2016). *LA GENERACIÓN SIN JEFES: Millennials que deciden renunciar al trabajo convencional para ser independientes*. Tesis de maestría., Universidad de Buenos Aires, Escuela de Estudios de Posgrado, Buenos Aires, Argentina. Obtenido de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1083_MolinaBlandonGI.pdf
- Palomino, J., Peña, J., Zevallos, G., & Orizano, L. (2015). *Metodología de la investigación: Guía para elaborar un proyecto en salud y educación*. Lima, Perú: San Marcos.
- Parra, M., Rubio, G., & López, L. (2017). *Emprendimiento y Creatividad*. Bogotá, Colombia.: ECOE Ediciones Ltda.
- Pino, R. (2018). *Metodología de la Investigación*. Lima, Perú.: Editorial San Marcos.

- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración*. Ciudad de México: Pearson Educación de México.
- Somarriba, F. (2015). *Actividad Emprendedora en el Desarrollo Económico Local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013*. Tesis de doctorado, Universidad de Alcalá, Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo, Alcalá de Henares, España. Obtenido de <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/23681>
- Uribe, M., & Reinoso, J. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogotá, Colombia.: Ediciones de la U. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=KTOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwic1_fol67nAhXnLLkGHTDeY4ChDoAQg-MAM#v=onepage&q=emprendimiento&f=true
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Cuantitativa, cualitativa y mixta*. Lima, Perú: San Marcos.
- Valencia, A. (2017). *Actitudes hacia el emprendimiento empresarial en estudiantes de Institutos Superiores Tecnológicos de la provincia de Huancayo*. Tesis de maestría, Universidad Nacional del Centro del Perú, Escuela de Posgrado, Huancayo, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4488/Valencia%20Aларcon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vara, A. (2015). *7 Pasos para elaborar una tesis*. Lima, Perú: Empresa Editora Macro EIRL.
- Vargas, E., & Muñoz, M. (2015). *Grupos Generacionales y Actitud de Satisfacción Laboral*. Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María, Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades, Arequipa, Perú. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/3525/76.0270.PS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Vega, M. (2018). *La gestión de procesos y el emprendimiento en estudiantes del VII ciclo de educación – Cañete 2017*. Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo, Escuela de Posgrado, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12955?locale-attribute=es>
- Weiner, J. (2018). Cuatro habilidades que todo millennial debería tener (y mejorar). *E&N*. Obtenido de <https://www.estrategiaynegocios.net/empresasymangement/1180825-330/cuatro-habilidades-que-deben-potenciar-los-millennials>
- Zumaeta, J. (27 de Julio de 2018). Millennials, la generación que más busca empleo en el Perú. *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/millennials-generacion-busca-peru-239805>

ANEXOS

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables

Cuadro de operacionalización de la primera variable.

Variable I	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Emprendimiento	Parra, M., Rubio, G. & López, L. (2017), mencionan que el emprendimiento “Es un proceso dinámico de visión, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas” (p. 02).	Esta variable se operacionalizará en 2 dimensiones: actitud emprendedora y el espíritu emprendedor; estas nos permitirán determinar la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021, para medirla se elaborará un cuestionario compuesto de 16 ítems.	D1 Actitud emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> - Muestra una actitud mental positiva para lograr el propósito. - Muestra autoconfianza para desarrollar sus tareas adecuadamente. - Toma en cuenta la tolerancia al fracaso para evitar la frustración personal. - Muestra una actitud perseverante sin importar los contratiempos y nunca se desanima. - Se encuentra motivado para actuar con identificación, esmero, responsabilidad y perseverancia. - Actúa con creatividad en la solución de alguna dificultad o deficiencia y aportar positivamente. - Maneja con cada uno de ellas es asertiva y los méritos de sus compañeros. - Asume su responsabilidad y los fracasos, de tal manera que esta circunstancia no pueda desequilibrarla. 	1., 2., 3., 4., 5., 6., 7., 8.	Cuestionario de encuesta	ORDINAL (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			D2 Espíritu emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> - Considera al liderazgo como una herramienta para influenciar sobre sus semejantes. - Muestra iniciativa propia en los trabajos que realiza cotidianamente. - Busca la solución de forma creativa y disruptiva, distinto a tus colegas. - Asume el riesgo, consciente de todo determinado acto o situación que se genera con su actividad. - Cuenta con la capacidad suficiente para desenvolverse por cuenta propia en el entorno social y cultural. - Motiva a perfeccionarse continuamente en el aspecto humano, espiritual, profesional y económico. - Busca encontrar o descubrir otros métodos o técnicas que le permitan dar solución a algún inconveniente. - Considera que, para lograr los objetivos personales y los objetivos organizacionales, la herramienta o estrategias fundamental es el trabajo en equipo. 	1., 2., 3., 4., 5., 6., 7., 8.		

Nota. La tabla, muestra las variables, la definición conceptual, la definición operacional las dimensiones de la variable y sus indicadores, utilizados en la investigación.

Cuadro de operacionalización de la segunda variable.

Variable II	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
Competencias de los millennials	"Es el conjunto de habilidades interpersonales que los jóvenes han desarrollado, el perfeccionamiento de la confianza y la motivación, pensar con criterio y defender sus opiniones, así como el desarrollo de la innovación y la creatividad" (Weiner, J. 2018).	Esta variable se operacionalizará en 4 dimensiones: habilidades interpersonales, confianza y motivación, pensamiento crítico e innovación y creatividad; estas nos permitirán determinar la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021, para medirla se elaborará un cuestionario compuesto de 16 ítems.	D1 Habilidades interpersonales	<ul style="list-style-type: none"> - Considera que su responsabilidad es la capacidad individual que lo ayuda a lograr con el propósito. - Muestra compromiso en su formación, capacitación y desarrollo, lo que le hace sentirse preparados para enfrentar los retos. - Cuenta con la capacidad para seguir reglas impuestas personalmente, y esta solo se logra con voluntad, cambio y decisión. - Considera que la autorreflexión es una capacidad que se debe tener en cuenta para lograr nuestros objetivos, metas. 	1., 2., 3., 4.	Cuestionario de encuesta	ORDINAL (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			D2 Confianza y motivación	<ul style="list-style-type: none"> - Considera que sus pensamientos, percepciones, sentimientos y tendencias de comportamiento personal se sostienen en la autoestima. - Cuenta con una seguridad personal a la hora de enfrentar cualquier actividad, tarea o problema. - Es consistente en su comportamiento frente a sus responsabilidades. - Su formación como profesional están enfocados en sus objetivos de realización personal. 	1., 2., 3., 4.		
			D3 Pensamiento crítico	<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con amplitud desde varias perspectivas. - Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con precisión dando detalles a su respuesta. - Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con claridad ilustrando su respuesta. - Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con lógica dándole sentido a su respuesta. 	1., 2., 3., 4.		
			D4 Innovación y creatividad	<ul style="list-style-type: none"> - Utiliza la imaginación para generar nuevos conocimientos y generar alternativas de solución. - Desarrollar técnicas creativas y obtener sus objetivos y metas sin perjudicar a las otras personas. - Tiene como objetivo mejorar lo que ya conocen y busca siempre nuevas propuestas de valor. - Cuenta con la capacidad de gestión de las herramientas de innovación y creatividad. 	1., 2., 3., 4.		

Nota. La tabla, muestra las variables, la definición conceptual, la definición operacional las dimensiones de la variable y sus indicadores, utilizados en la investigación.

Anexo 3: Matriz de operacionalización del instrumento

Matriz de operacionalización del instrumento para la variable I

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
I Emprendimiento	(D1) Actitud emprendedora	1.1. Muestra una actitud mental positiva para lograr el propósito.	1. ¿Cuándo usted participa con otras personas ya sean en actividades académicas o laborales, muestra una actitud mental positiva para lograr con el propósito?	Cuestionario de encuesta	ORDINAL (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
		1.2. Muestra autoconfianza para desarrollar sus tareas adecuadamente.	2. ¿Cuándo usted va a realizar una tarea o dar solución a un problema, siempre muestra un convencimiento íntimo de su capacidad para desarrollarla con éxito?		
		1.3. Toma en cuenta la tolerancia al fracaso para evitar la frustración personal.	3. Cómo futuro profesional en la carrera que usted se eligió, ¿Toma en cuenta la tolerancia al fracaso para evitar la frustración personal y la de sus semejantes?		
		1.4. Muestra una actitud perseverante sin importar los contratiempos y nunca se desanima.	4. ¿Cuándo usted tiene una responsabilidad académica o laboral, muestra una actitud perseverante sin importar los contratiempos y nunca se desanima?		
		1.5. Se encuentra motivado para actuar con identificación, esmero, responsabilidad y perseverancia.	5. ¿Consideras que la pasión por la carrera que escogió, es su motivación para actuar con identificación, esmero, responsabilidad y perseverancia?		
		1.6. Actúa con creatividad en la solución de alguna dificultad o deficiencia y aportar positivamente.	6. ¿Consideras que posee la capacidad suficiente para actuar con creatividad en la solución de alguna dificultad o deficiencia y aportar positivamente?		
		1.7. Maneja con cada uno de ellas es asertiva y los méritos de sus compañeros.	7. ¿Cuándo usted se relaciona con sus semejantes, considera que la comunicación que maneja con cada uno de ellas es asertiva y los méritos de sus compañeros?		
		1.8. Asume su responsabilidad y los fracasos, de tal manera que esta circunstancia no pueda desequilibrarla.	8. ¿Usted se considera como una persona optimista y asume su responsabilidad y los fracasos, de tal manera que esta circunstancia no pueda desequilibrarla?		
	(D2) Espíritu emprendedor	2.1. Considera al liderazgo como una herramienta para influenciar sobre sus semejantes.	9. ¿Cuándo trabaja en grupo, considera al liderazgo como una herramienta para influenciar sobre ellas e incentivarlas para que lo hagan con entusiasmo hacia el objetivo?		
		2.2. Muestra iniciativa propia en los trabajos que realiza cotidianamente.	10. ¿Usted demuestra iniciativa propia en los trabajos que realiza para así mostrar su diferencias personal y profesional?		
		2.3. Busca la solución de forma creativa y disruptiva, distinto a tus colegas.	11. ¿Cuándo esta frente a un problema o tiene que tomar alguna decisión, busca la solución de forma creativa y disruptiva, distinto a tus colegas?		
		2.4. Asume el riesgo, consciente de todo determinado acto o situación que se genera con su actividad.	12. ¿Usted es consciente de las consecuencias de todo determinado acto o situación que se genera con su actividad y aun así se enfrenta a su entorno social?		
		2.5. Cuenta con la capacidad suficiente para desenvolverse por cuenta propia en el entorno social y cultural.	13. ¿Considera que cuenta con la capacidad suficiente para desenvolverse por cuenta propia y en consonancia con el entorno social y cultural?		
		2.6. Motiva a perfeccionarse continuamente en el aspecto humano, espiritual, profesional y económico.	14. ¿Su deseo de superación y la de su familia es el valor que lo motiva a perfeccionarse continuamente en el aspecto humano, espiritual, profesional y económico?		
		2.7. Busca encontrar o descubrir otros métodos o técnicas que le permitan dar solución a algún inconveniente.	15. ¿Para cumplir sus responsabilidades, usted busca encontrar o descubrir otros métodos o técnicas que le permitan dar solución a algún inconveniente?		
		2.8. Considera que, para lograr los objetivos personales y los objetivos organizacionales, la herramienta o estrategias fundamental es el trabajo en equipo.	16. ¿Considera que, para lograr los objetivos personales y los objetivos organizacionales, la herramienta o estrategias fundamental es el trabajo en equipo?		

Nota. La tabla, nos muestra las variables, las dimensiones de cada variable, sus indicadores, los ítems, el instrumento, así como la escala de medición.

Matriz de operacionalización del instrumento para la variable II

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de medición
II Competencias de los millennials	(D1) Habilidades interpersonales	1.1. Considera que su responsabilidad es la capacidad individual que lo ayuda a lograr con el propósito.	1. ¿Cuándo se enfrenta a una tarea encomendada, considera que su responsabilidad es la capacidad individual que lo ayuda a lograr con el propósito del trabajo?	Cuestionario de encuesta	ORDINAL (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
		1.2. Muestra compromiso en su formación, capacitación y desarrollo, lo que le hace sentirse preparados para enfrentar los retos.	2. ¿Cómo futuro profesional, se encuentra comprometido en su formación, capacitación y desarrollo, lo que le hace sentirse preparados para enfrentar los retos?		
		1.3. Cuenta con la capacidad para seguir reglas impuestas personalmente, y esta solo se logra con voluntad, cambio y decisión.	3. ¿La autodisciplina, es la capacidad para seguir reglas impuestas personalmente, y esta solo se logra con voluntad, cambio y decisión?		
		1.4. Considera que la autorreflexión es una capacidad que se debe tener en cuenta para lograr nuestros objetivos, metas.	4. ¿Considera que la autorreflexión es una capacidad que se debe tener en cuenta para lograr nuestros objetivos, metas y el desarrollo personal?		
	(D2) Confianza y motivación	2.1. Considera que sus pensamientos, percepciones, sentimientos y tendencias de comportamiento personal se sostienen en la autoestima.	5. ¿Considera que sus pensamientos, percepciones, sentimientos y tendencias de comportamiento personal se sostienen en la autoestima que usted mantiene?		
		2.2. Cuenta con una seguridad personal a la hora de enfrentar cualquier actividad, tarea o problema.	6. ¿Su preparación en la carrera universitaria hace que usted tenga una seguridad personal a la hora de enfrentar cualquier actividad, tarea o problema?		
		2.3. Es consistente en su comportamiento frente a sus responsabilidades.	7. ¿De acuerdo a sus capacidades personales, su comportamiento como futuro profesional mantiene una consistencia que lo diferencia a los demás?		
		2.4. Su formación como profesional están enfocados en sus objetivos de realización personal.	8. ¿Las actividades que usted desarrolla en el en su formación como profesional están enfocados en sus objetivos de realización personal?		
	(D3) Pensamiento crítico	3.1. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con amplitud desde varias perspectivas.	9. ¿Cuándo usted se encuentra frente a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con amplitud desde varias perspectivas?		
		3.2. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con precisión dando detalles a su respuesta.	10. ¿Cuándo usted se encuentra ante a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con precisión dando detalles a su respuesta?		
		3.3. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con claridad ilustrando su respuesta.	11. ¿Cuándo usted se encuentra frente a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con claridad ilustrando su respuesta?		
		3.4. Cuenta con la capacidad suficiente para resolverla con lógica dándole sentido a su respuesta.	12. ¿Cuándo usted se encuentra frente a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con lógica dándole sentido a su respuesta?		
	(D4) Innovación y creatividad	4.1. Utiliza la imaginación para generar nuevos conocimientos y generar alternativas de solución.	13. ¿Usted utiliza la imaginación para generar nuevos conocimientos y generar alternativas diferentes a la que brindan las personas en general?		
		4.2. Desarrollar técnicas creativas y obtener sus objetivos y metas sin perjudicar a las otras personas.	14. ¿Usted se la ingenia para encontrar la forma de desarrollar técnicas creativas y obtener sus objetivos y metas sin perjudicar a las otras personas?		
		4.3. Tiene como objetivo mejorar lo que ya conocen y busca siempre nuevas propuestas de valor.	15. ¿La actitud que presenta frente a sus tareas diarias tiene como objetivo mejorar lo que ya conocen y busca siempre nuevas propuestas de valor?		
		4.4. Cuenta con la capacidad de gestión de las herramientas de innovación y creatividad.	16. ¿Una de las virtudes que lo diferencia de las otras personas es su capacidad de gestión de las herramientas de innovación y creatividad?		

Nota. La tabla, nos muestra las variables, las dimensiones de cada variable, sus indicadores, los ítems, el instrumento, así como la escala de medición.

Anexo 4: Instrumento de investigación y constancia de su aplicación

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS



CUESTIONARIO 1

INFORMACIÓN:

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: Emprendimiento y competencias en los millennials de la Facultad de Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo - 2021, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

INSTRUCCIONES:

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE EMPRENDIMIENTO

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
ACTITUD EMPRENDEDORA						
1	¿Cuándo usted participa con otras personas ya sean en actividades académicas o laborales, muestra una actitud mental positiva para lograr con el propósito?					
2	¿Cuándo usted va a realizar una tarea o dar solución a un problema, siempre muestra un convencimiento íntimo de su capacidad para desarrollarla con éxito?					
3	Cómo futuro profesional en la carrera que usted se eligió, ¿Toma en cuenta la tolerancia al fracaso para evitar la frustración personal y la de sus semejantes?					
4	¿Cuándo usted tiene una responsabilidad académica o laboral, muestra una actitud perseverante sin importar los contratiempos y nunca se desanima?					
5	¿Consideras que la pasión por la carrera que escogió, es su motivación para actuar con identificación, esmero, responsabilidad y perseverancia?					
6	¿Consideras que posees la capacidad suficiente para actuar con creatividad en la solución de alguna dificultad o deficiencia y aportar positivamente?					
7	¿Cuándo usted se relaciona con sus semejantes, considera que la comunicación que maneja con cada uno de ellas es asertiva y los méritos de sus compañeros?					

8	¿Usted se considera como una persona optimista y asume su responsabilidad y los fracasos, de tal manera que esta circunstancia no pueda desequilibrarla?					
ESPÍRITU EMPRENDEDOR						
9	¿Cuándo trabaja en grupo, considera al liderazgo como una herramienta para influenciar sobre ellas e incentivarlas para que lo hagan con entusiasmo hacia el objetivo?					
10	¿Usted demuestra iniciativa propia en los trabajos que realiza para así mostrar su diferencias personal y profesional?					
11	¿Cuándo esta frente a un problema o tiene que tomar alguna decisión, busca la solución de forma creativa y disruptiva, distinto a tus colegas?					
12	¿Usted es consciente de las consecuencias de todo determinado acto o situación que se genera con su actividad y aun así se enfrenta a su entorno social?					
13	¿Considera que cuenta con la capacidad suficiente para desenvolverse por cuenta propia y en consonancia con el entorno social y cultural?					
14	¿Su deseo de superación y la de su familia es el valor que lo motiva a perfeccionarse continuamente en el aspecto humano, espiritual, profesional y económico?					
15	¿Para cumplir sus responsabilidades, usted busca encontrar o descubrir otros métodos o técnicas que le permitan dar solución a algún inconveniente?					
16	¿Considera que, para lograr los objetivos personales y los objetivos organizacionales, la herramienta o estrategias fundamental es el trabajo en equipo?					

Gracias por su atención.

CUESTIONARIO 2

INFORMACIÓN:

Mediante el presente cuestionario, me presento ante Usted, a fin de que dé respuesta a las preguntas formuladas, esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: Emprendimiento y competencias en los millennials de la Facultad de Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo - 2021, el que permitirá medir las variables de estudio y probar la hipótesis, por tal propósito acudo a Ud. Para que a pelando a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida (o) por su intervención.

INSTRUCCIONES:

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE COMPETENCIAS DE LOS MILLENNIALS

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
HABILIDADES INTERPERSONALES						
1	¿Cuándo se enfrenta a una tarea encomendada, considera que su responsabilidad es la capacidad individual que lo ayuda a lograr con el propósito del trabajo?					
2	¿Cómo futuro profesional, se encuentra comprometido en su formación, capacitación y desarrollo, lo que le hace sentirse preparados para enfrentar los retos?					
3	¿La autodisciplina, es la capacidad para seguir reglas impuestas personalmente, y esta solo se logra con voluntad, cambio y decisión?					
4	¿Considera que la autorreflexión es una capacidad que se debe tener en cuenta para lograr nuestros objetivos, metas y el desarrollo personal?					
CONFIANZA Y MOTIVACIÓN						
5	¿Considera que sus pensamientos, percepciones, sentimientos y tendencias de comportamiento personal se sostienen en la autoestima que usted mantiene?					
6	¿Su preparación en la carrera universitaria hace que usted tenga una seguridad personal a la hora de enfrentar cualquier actividad, tarea o problema?					
7	¿De acuerdo a sus capacidades personales, su comportamiento como futuro profesional mantiene una consistencia que lo diferencia a los demás?					

8	¿Las actividades que usted desarrolla en el en su formación como profesional están enfocados en sus objetivos de realización personal?					
PENSAMIENTO CRÍTICO						
9	¿Cuándo usted se encuentra frente a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con amplitud desde varias perspectivas?					
10	¿Cuándo usted se encuentra ante a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con precisión dando detalles a su respuesta?					
11	¿Cuándo usted se encuentra frente a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con claridad ilustrando su respuesta?					
12	¿Cuándo usted se encuentra frente a un problema es consciente que tiene la capacidad suficiente para resolverla con lógica dándole sentido a su respuesta?					
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD						
13	¿Usted utiliza la imaginación para generar nuevos conocimientos y generar alternativas diferentes a la que brindan las personas en general?					
14	¿Usted se la ingenia para encontrar la forma de desarrollar técnicas creativas y obtener sus objetivos y metas sin perjudicar a las otras personas?					
15	¿La actitud que presenta frente a sus tareas diarias tiene como objetivo mejorar lo que ya conocen y busca siempre nuevas propuestas de valor?					
16	¿Una de las virtudes que lo diferencia de las otras personas es su capacidad de gestión de las herramientas de innovación y creatividad?					

Gracias por su atención.

GUÍA DE ENTREVISTA

OBJETIVO PRINCIPAL DE LA INVESTIGACIÓN:

Determinar la relación que existe entre el emprendimiento y las competencias de los millennials en la facultad de Administración de la Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, en el periodo 2021.

PREGUNTAS:

¿Cuáles son sus objetivos de emprendimiento personal cuando terminan la carrera universitaria?	
¿Considera que la actitud positiva es necesaria para no cometer errores en el camino del emprendedor?	
¿Es consciente que tener iniciativa propia es la base para poder emprender algún negocio propio?	
¿Para un emprendedor es necesario que su capacidad de analizar debe ser las disruptivas?	
¿Creó usted que sus habilidades personales e interpersonales mejoraron significativamente?	
¿Hoy en día considera que su confianza y motivación es diferente a lo de antes?	
¿El pensamiento que ahora maneja tiene la amplitud suficiente, la precisión y la lógica?	
¿Se siente preparado para generar nuevos conocimientos y desarrollar técnicas creativas?	

Gracias por su apoyo

Anexo 5: Confiabilidad y validez del instrumento

Confiabilidad

Estadística de fiabilidad para el instrumento de la primera variable.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,881	12

Nota. La Tabla, muestra el índice del Alfa de Cronbach del instrumento de recolección de datos para la primera variable. *Fuente.* Resultados en SPSS 26.

Estadística de fiabilidad para el instrumento de la segunda variable.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,872	12

Nota. La Tabla, muestra el índice del Alfa de Cronbach del instrumento de recolección de datos para la segunda variable. *Fuente.* Resultados en SPSS 26.

Validez del instrumento

Resultado de la validación de los expertos.

Indicadores	Criterios	Experto 1	Experto 2	Experto 3
1 Suficiencia	Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
2 Claridad	El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
3 Coherencia	El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
4 Relevancia	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto
Nombres y apellidos		Jesús Hugo Medina Oré	Elmer Kevin Moscoso Quichca	Aníbal Martínez Inga
Grado académico		Magister	MBA	MBA
Valoración		Nivel alto	Nivel alto	Nivel alto

Nota. La Tabla, muestra el resumen de la validación de expertos en relación a la suficiencia, la claridad, la coherencia, y la relevancia, que cada ítem tiene. *Fuente:* Planilla de juicio de expertos.

Validez de contenido del instrumento de información

Anexo 05: Validez de contenido del instrumento de información.

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de encuesta" que hace parte de la investigación: Emprendimiento y competencias en los millennials de la Facultad de Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo 2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Jesús Hugo, Medina Oré

Formación académica: Licenciado en Administración

Áreas de experiencia profesional: Marketing y Ventas

Tiempo: 10 años actual: Docente.....

Institución: IESTP "TEODORO RIVERA TAÍPE" -Satipo

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem no es claro El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	No cumple con el criterio. Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. El ítem es relativamente importante El ítem es muy relevante y debe ser incluido

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

CUESTIONARIO 1: Cuestionario de la variable emprendimiento.

VARIABLE: Emprendimiento.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
(D1) Actitud emprendedora	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	4	4	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	4	Nivel alto	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	4	Nivel alto	
	7	4	4	4	4	Nivel alto	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
(D2) Espíritu emprendedor	9	4	4	4	4	Nivel alto	
	10	4	4	4	4	Nivel alto	
	11	4	4	4	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
	13	4	4	4	4	Nivel alto	
	14	4	4	4	4	Nivel alto	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
	16	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	4	4	4	4	4	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1.	No cumple con el criterio
	2.	Nivel bajo
	3.	Nivel moderado
	4.	Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Mg. Jesús Hugo, Medina Oré	Magister	16	4

Sello y Firma:


 Mg. Jesús Hugo Medina Oré
 CLAD N° 709

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

CUESTIONARIO 1: Cuestionario de la variable competencias de los millennials.

VARIABLE: Competencias de los Millennials.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ÍTEMS	OBSERVACIONES
(D1) Habilidades interpersonales	1	4	4	4	4	Nivel Alto	
	2	4	4	4	4	Nivel Alto	
	3	4	4	4	4	Nivel Alto	
	4	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D3) Confianza y motivación	5	4	4	4	4	Nivel Alto	
	6	4	4	4	4	Nivel Alto	
	7	4	4	4	4	Nivel Alto	
	8	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D4) Pensamiento crítico	9	4	4	4	4	Nivel Alto	
	10	4	4	4	4	Nivel Alto	
	11	4	4	4	4	Nivel Alto	
	12	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D5) Innovación y creatividad	13	4	4	4	4	Nivel Alto	
	14	4	4	4	4	Nivel Alto	
	15	4	4	4	4	Nivel Alto	
	16	4	4	4	4	Nivel Alto	
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	4	4	4	4		

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumentos de investigación: Luis F. Mucha Hospinal

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1.	No cumple con el criterio
	2.	Nivel bajo
	3.	Nivel moderado
	4.	Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Mg. Jesús H. Medina Oré	Magister	16	Nivel Alto

Sello y Firma:


 Mg. Jesús Hugo Medina Oré
 CLAD N° 709

Anexo 05: Validez de contenido del instrumento de información.

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de encuesta" que hace parte de la investigación: *Emprendimiento y Competencias en los Millennials de la Facultad de Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo - 2021*. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Elmer Kevin Moscoso Quilchca

Formación académica: Licenciado en Administración

Áreas de experiencia profesional: Gestión Pública, Planeamiento Estratégico, Marketing y Ventas

Tiempo: 9 años actual: Especialista Administrativo

Institución: SUTRAN (actual)

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem no es claro El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	No cumple con el criterio. Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. El ítem es relativamente importante El ítem es muy relevante y debe ser incluido

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO
CUESTIONARIO 1: Cuestionario de la variable emprendimiento.

VARIABLE: Emprendimiento.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN CUALITATIVA POR ÍTEM	OBSERVACIONES
(D1) Actitud emprendedora	1	4	4	4	4	Nivel Alto	
	2	4	4	4	4	Nivel Alto	
	3	4	4	4	4	Nivel Alto	
	4	4	4	4	4	Nivel Alto	
	5	4	4	4	4	Nivel Alto	
	6	4	4	4	4	Nivel Alto	
	7	4	4	4	4	Nivel Alto	
	8	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D2) Espíritu emprendedor	9	4	4	4	4	Nivel Alto	
	10	4	4	4	4	Nivel Alto	
	11	4	4	4	4	Nivel Alto	
	12	4	4	4	4	Nivel Alto	
	13	4	4	4	4	Nivel Alto	
	14	4	4	4	4	Nivel Alto	
	15	4	4	4	4	Nivel Alto	
	16	4	4	4	4	Nivel Alto	
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	4	4	4	4	Nivel Alto	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de Instrumentos de Investigación: Luis F. Mucha Hospital

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: |la moda.

Calificación:	1.	No cumple con el criterio
	2.	Nivel bajo
	3.	Nivel moderado
	4.	Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grade académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Mg. Adm. Elmer Kevin Moscoso Quichca	Magister	16	4

Sello y Firma:

Mg. Adm. Elmer Kevin Moscoso Quichca
CLAD N° 24520

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

CUESTIONARIO 2: Cuestionario de la variable competencias de los millennials.

VARIABLE: Competencias de los Millennials.

Dimensión	Item	Suficiencia	Coherencia	Relevancia	Claridad	Evaluación cualitativa por ítems	Observaciones
(D1) Habilidades interpersonales	1	4	4	4	4	Nivel Alto	
	2	4	4	4	4	Nivel Alto	
	3	4	4	4	4	Nivel Alto	
	4	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D2) Confianza y motivación	5	4	4	4	4	Nivel Alto	
	6	4	4	4	4	Nivel Alto	
	7	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D3) Pensamiento crítico	8	4	4	4	4	Nivel Alto	
	9	4	4	4	4	Nivel Alto	
	10	4	4	4	4	Nivel Alto	
	11	4	4	4	4	Nivel Alto	
(D4) Innovación y creatividad	12	4	4	4	4	Nivel Alto	
	13	4	4	4	4	Nivel Alto	
	14	4	4	4	4	Nivel Alto	
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	15	4	4	4	4	Nivel Alto	
	16	4	4	4	4	Nivel Alto	
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	4	4	4	4	Nivel Alto	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de Instrumentos de Investigación: Luis F. Mucha Hospital

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1.	No cumple con el criterio
	2.	Nivel bajo
	3.	Nivel moderado
	4.	Nivel alto

Sello y Firma:

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Mg. Adm. Elmer Kevin Moscoso Quichca	Magister	16	4

Mg. Adm. Elmer Kevin Moscoso Quichca
CLAD N° 24520

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de encuesta" que hace parte de la investigación: Emprendimiento y competencias en los millennials de la Facultad de Administración en la Universidad Juan Santos Atahualpa, Chanchamayo - 2021. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez: Aníbal Martínez Inga

Formación académica: MBA

Áreas de experiencia profesional: Gerencia Estratégica de Negocios

Tiempo: 15 años. actual: Gerente General – Docente Universitario

Institución: Businessmart SAC

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión basta para obtener la medición de esta	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem no es claro El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	No cumple con el criterio Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	No cumple con el criterio. Nivel bajo Nivel moderado Nivel alto	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. El ítem es relativamente importante El ítem es muy relevante y debe ser incluido

FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

CUESTIONARIO 1: Cuestionario de la variable emprendimiento.

VARIABLE: Emprendimiento.

DEMONSTRACIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN CUALITATIVA POR ÍTEM	ORDEN VALORES
(D1) Actitud emprendedora	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	4	4	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	4	Nivel alto	
	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	4	Nivel alto	
	7	4	4	4	4	Nivel alto	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
(D2) Espíritu emprendedor	9	4	4	4	4	Nivel alto	
	10	4	4	4	4	Nivel alto	
	11	4	4	4	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
	13	4	4	4	4	Nivel alto	
	14	4	4	4	4	Nivel alto	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
	16	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACIÓN CUALITATIVA CRITERIOS	POR	4	4	4	4	Nivel alto	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de Instrumentos de Investigación: Luis F. Mucha Hospital

Evaluación final por el experto: por criterios y ítems, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1.	No cumple con el criterio
	2.	Nivel bajo
	3.	Nivel moderado
	4.	Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Ambal Martínez Inga	MBA	16	4

Sello y Firma:



FICHA INFORME DE EVALUACIÓN A CARGO DEL EXPERTO

CUESTIONARIO 2: Cuestionario de la variable competencias de los millennials.

VARIABLE: Competencias de los Millennials.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	CONCORDANCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION CUALITATIVA POR ITEM	GRADOS VALORES
(D1) Habilidades interpersonales	1	4	4	4	4	Nivel alto	
	2	4	4	4	4	Nivel alto	
	3	4	4	4	4	Nivel alto	
	4	4	4	4	4	Nivel alto	
(D2) Confianza y motivación	5	4	4	4	4	Nivel alto	
	6	4	4	4	4	Nivel alto	
	7	4	4	4	4	Nivel alto	
	8	4	4	4	4	Nivel alto	
(D3) Pensamiento crítico	9	4	4	4	4	Nivel alto	
	10	4	4	4	4	Nivel alto	
	11	4	4	4	4	Nivel alto	
	12	4	4	4	4	Nivel alto	
(D4) Innovación y creatividad	13	4	4	4	4	Nivel alto	
	14	4	4	4	4	Nivel alto	
	15	4	4	4	4	Nivel alto	
	16	4	4	4	4	Nivel alto	
EVALUACION CUALITATIVA CRITERIOS	POR	4	4	4	4	Nivel alto	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de Instrumentos de Investigación: Luis F. Mucha Hospital

Evaluación final por el experto: por criterios y ítem, tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1.	No cumple con el criterio
	2.	Nivel bajo
	3.	Nivel moderado
	4.	Nivel alto

Validez de contenido

Cuadro 1
Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Amibal Martínez Inga	MBA	16	4

Sello y Firma:

INSTITUCIÓN EDUCATIVA "LA ESPERANZA"
 CARRANZA, CANTÓN EL CAJÓN, PROV. EL CAJÓN
 CARRANZA, CANTÓN EL CAJÓN, PROV. EL CAJÓN

N°	Emprendimiento										Espíritu emprendedor					
	Actitud emprendedora															
	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16
67	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
68	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
69	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	2	5	1	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
72	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
73	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
74	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
75	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
76	5	2	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
77	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
78	4	5	3	4	5	4	5	3	4	3	3	5	4	4	5	5
79	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5
81	4	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	5	5	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
83	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
85	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3
86	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	2	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
89	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
90	4	5	4	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
91	5	5	3	4	1	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
92	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
93	4	5	4	3	4	4	5	3	4	3	3	5	4	4	5	5
94	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5
96	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5

N°	Competencias de los millennials															
	Habilidades interpersonales				Confianza y motivación				Pensamiento crítico				Innovación y creatividad			
	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	ITEM10	ITEM11	ITEM12	ITEM13	ITEM14	ITEM15	ITEM16
67	5	3	5	4	2	1	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5
68	1	1	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
69	3	5	3	5	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4
70	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
71	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
72	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
73	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
74	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
75	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	3	5	4	2	1	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5
80	1	2	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
81	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	4
82	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
84	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
85	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	3	5	4	2	1	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5
90	1	1	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
91	3	5	3	5	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4
92	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
93	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
94	3	5	3	5	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4
95	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
96	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
97	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4

Anexo 7: Consentimiento Informado



Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central
"Juan Santos Atahualpa"

"Año del Bicentenario del Perú: 100 años de Independencia"

Satipo, 21 de setiembre de 2021

Señores:

Bach. Jenffer Laura Rojas Quispe
Bach. Jair Bryan Alcantara Clemente

Presente:

ASUNTO: CARTA DE ACEPTACION Y PEDIDO PARA REALIZAR TESIS Y
HACER UNOS DE INFORMACION DEL PERIODO 2020-2021

Referencia: carta N°001-2021

De mi especial consideración:

Por intermedio del presente hago llegar un cordial saludo, asimismo a través de esta misiva tengo a bien de comunicarle que se acepto y autorizo el permiso para que realice su tesis y haga uso de la información del periodo 2020-2021, lo cual será atendido en coordinación mutua.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.



Dr. LINO ELÍAS FERNÁNDEZ BONILLA
COORDINADOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



BICENTENARIO
PERÚ 2021

Domicilio Fiscal Jr. Los Cedros N° 141 - La Merced - Chanchamayo - Junín.
Oficina Administrativa Av. Perú SIN - La Merced - Chanchamayo.
Teléfono 064-521023 - Portal Institucional www.unicaj.edu.pe

Anexo 8: Fotos de la aplicación del instrumento



