

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

**“Actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la Agencia
Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales, Agencia
Arequipa, 2019”**

Por:

Roxana Paja Quispe

Asesor:

Mg. Amed Vargas Martínez

Juliaca, octubre del 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL INFORME DE TESIS

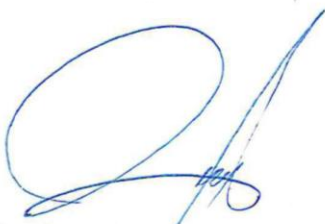
Mg. Amed Vargas Martínez, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: "Actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales, Agencia Arequipa, 2019" constituye la memoria que presenta la bachiller Roxana Paja Quispe para aspirar al título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca a los once días del mes de noviembre del año dos mil diecinueve.



Mg. Amed Vargas Martinez

“Actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la
Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales,
Agencia Arequipa, 2019”

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Licenciada en
Administración y Negocios Internacionales


JURADO CALIFICADOR



Lic. Julio Samuel Torres Miranda
Presidente



Mg. Ruth Gladys Choque Pilco
Secretaria



Mg. German Mamani Cachicatari
Vocal



Lic. Dante Ortiz Guillen
Vocal



Mg. Amed Vargas Martinez
Asesor

Juliaca, 27 de octubre de 2019

Dedicatoria

A mis padres, hermanos, a mis compañeros de trabajo
por motivarme siempre.

Agradecimientos

A mi asesor, el Mg. Amed Vargas Martínez por su conocimiento, orientación, colaboración, paciencia durante la elaboración de la tesis.

A mis compañeros de trabajo por su apoyo incondicional y su colaboración en esta investigación.

A ADRA-Perú, en especial a la Agencia Arequipa, a la Srta. Beatriz Flores Jefa de Agencia por su comprensión, apoyo y brindarme las facilidades para llevar a cabo esta investigación.

A aquellas personas que se sumaron en este proyecto, por su apoyo y motivación.

Índice

Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Índice	vi
Índice de tablas	x
Índice de anexos	xii
Resumen	xiii
Abstract.....	xiv
Capítulo I.....	15
El problema de investigación	15
1.1. Descripción de la situación problemática.....	15
1.2. Formulación del problema.....	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos.	18
1.3. Justificación y viabilidad de la investigación.....	19
1.3.1. Justificación.....	19
1.3.2. Presuposición filosófica.	19
1.4. Objetivos	20
1.4.1. Objetivo general.	20
1.4.2. Objetivos específicos.	20
Capítulo II.....	21

Marco teórico.....	21
2.1. Antecedentes de investigación	21
2.1.1. Internacionales.	21
2.1.2. Nacionales.	23
2.2. Bases Teóricas	26
2.2.1. Microfinanzas.....	26
2.2.2. Bancos Comunales	27
2.2.3. Emprendimiento	28
2.2.4. Actitud Emprendedora.....	30
2.2.5. Dimensiones de la Actitud Emprendedora	31
2.2.5.1. Optimismo	32
2.2.5.2. Proactividad.....	32
2.2.5.3. Persistencia	33
2.2.5.4. Creatividad	33
2.3. Marco conceptual.	34
2.3.1. Actitud emprendedora	34
2.3.2. Optimismo.	34
2.3.3. Proactividad.....	34
2.3.4. Persistencia.	35
2.3.5. Creatividad.	35
Capítulo III	36
Diseño metodológico.....	36

3.1. Tipo de investigación	36
3.2. Diseño metodológico.....	36
3.3. Operacionaizacion de la Variable.....	37
3.4. Población y Muestra	38
3.4.1. Población.....	38
3.4.2. Muestra.....	38
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	39
Capítulo IV	41
Resultados y discusión	41
4.1. Resultados	41
4.1.1. En relación a las variables sociodemográficas.....	41
4.1.2. En relación al objetivo general.....	44
4.1.3. En relación al primer objetivo específico.....	44
4.1.4. En relación al segundo objetivo específico.....	45
4.1.5. En relación al tercer objetivo específico	45
4.1.6. En relación al cuarto objetivo específico	46
4.2. Discusión y resultados.....	46
Capítulo V	49
Conclusiones y recomendaciones.....	49
5.1. Conclusiones.....	49
5.2. Recomendaciones	49
Referencias	51

Anexos..... 57

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable actitud emprendedora.....	37
Tabla 2 Población de socias de los bancos comunales por distritos de la ciudad de Arequipa.	38
Tabla 3 Tamaño de la muestra de socias de los comunales por distrito de la ciudad de arequipa.bancos	39
Tabla 4 Confiabilidad de alfa de Conbrach	40
Tabla 5 Sexo de los socias de los bancos comunales de la agencia para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa.....	41
Tabla 6 Edad de las socias de los bancos comunales de la agencia para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.	41
Tabla 7 Estado civil de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.	42
Tabla 8 Creencias religiosas de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.	42
Tabla 9 Grado de instrucción de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.	43
Tabla 10 Población por distrito de los bancos comunales.....	43
Tabla 11 Nivel de la actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista Para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.	44
Tabla 12 Actitud Emprendedora en su dimensión optimista de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.....	44

Tabla 13 Actitud emprendedora en su dimensión proactiva de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.	45
Tabla 14 Actitud emprendedora en su dimensión persistente de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.	45
Tabla 15 Actitud emprendedora en su dimensión creativa de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.	46

Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de Consistencia.....	58
Anexo 2. Operacionalización de variables	59
Anexo 3. Confiabilidad del instrumento	44
Anexo 4. Cuestionario de la Actitud Emprendedora.....	45
Anexo 5. Documento de Autorización	47

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo, describir el nivel de actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales, Agencia Arequipa, 2019. Esta investigación es de tipo básica, descriptivo, de diseño no experimental, de corte transversal; la población estuvo conformada por 4694 socias de los bancos comunales, se realizó el muestreo probabilístico estratificado, obteniendo una muestra de 355 socias de los bancos comunales. Se aplicó el instrumento, para, medir la actitud emprendedora, propuesta por Chuquilín (2017), con una escala de Likert del 1 al 5; con las siguientes dimensiones: optimismo con 3 ítems, proactividad 5 ítems, persistencia 3 ítems y creatividad 4 ítems. Los resultados muestran que el que 73 % de las socias tiene un nivel alto de actitud emprendedora, un 27 % poseen una actitud moderada. Se concluye que las socias tienen una orientación buena hacia el emprendimiento, a alcanzar sus objetivos y realizar lo que se proponen.

Palabras clave: Bancos comunales, Emprendimiento, Actitud Emprendedora, Optimismo, Persistencia, Proactividad, Creatividad

Abstract

The objective of this research was to describe the level of entrepreneurial attitude in the members of the community banks of the Adventist Agency for Development and Assistance Resources, Arequipa Agency, 2019. This research is of basic type, descriptive, of non-experimental design, of transversal cut; the population was conformed by 4694 members of the communal banks, the stratified probabilistic sampling was carried out, obtaining a sample of 355 members of the communal banks. The instrument was applied to measure the entrepreneurial attitude, proposed by Chuquilín (2017), with a Likert scale from 1 to 5; with the following dimensions: optimism with 3 items, proactivity 5 items, persistence 3 items and creativity 4 items. The results show that 73 % of the members have a high level of entrepreneurial attitude, 27 % have a moderate attitude. It is concluded that the partners have a good orientation towards entrepreneurship, to reach their objectives and carry out what they propose.

Keywords: Community banks, Entrepreneurship, Entrepreneurial Attitude, Optimism, Persistence, Proactivity, Creativity.

Capítulo I

El problema de investigación

1.1. Descripción de la situación problemática

El concepto empresarial ha conducido a la creación de empresas modelos en su crecimiento, no obstante, las altas tasas de fracaso empresarial, especialmente cuando se trata de Pymes en sus primeros años de vida, son cuestionadas por su validez ya que no solo se trata de crear un gran número de empresas, sino también de que sobrevivan en condiciones competitivas.

En la actualidad existen empresas que tuvieron un inicio muy complicado, iniciaron con muy pocos activos, pero que hoy lideran la lista de empresas más exitosas y valiosas del mundo, obtienen altos índices de utilidad, como Apple, Google. Estas empresas utilizaron diversas estrategias para llegar donde están. Las mismas presiones del mercado motivan a las organizaciones a seguir innovando ante estas diversas posturas se puede afirmar que el crecimiento empresarial tiene dos factores: internos y externos, que producen situaciones favorables para invertir, al mismo tiempo debe existir una motivación por parte de la dirección para aprovechar el entorno que los rodea.

Sastre (2013) menciona que la motivación emprendedora es un factor muy importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad, es importante el proveer instrumentos para guiar a las /os emprendedoras (os). Las sociedades civiles, instituciones y organizaciones no gubernamentales ofrecen apoyo a personas para emprender, este apoyo se traduce en, recursos económicos y financieros; programas de capacitación y asesoramiento.

Murphy y Ponciano (2019) mencionan en el informe realizado por S&P Global Marquet Intelligence, reveló que los bancos más grandes de América Latina. Según el reporte, Itaú

Unibanco Holding S.A., es el banco más grande de la región, con activos totalizando \$438 mil millones de dólares. En general los bancos de Brasil ocupan el mayor número en la lista. México ocupa el segundo lugar con ocho bancos en la lista, tres de los principales bancos son, Grupo Financiero BBVA Bancomer SA de CV, Grupo Financiero Santander México SAB de CV y Grupo Financiero Banamex SA de CV. Chile quedó en tercero, con 7 bancos, uno de ellos es Banco Santander Chile y Colombia en cuarto lugar, con dos de los bancos, Grupo Aval Acciones y Valores SA y Bancolombia S.A. El Perú fue representado a través de cuatro entidades financieras: Banco de Crédito del Perú, BBVA Banco Continental, Interbank y Scotiabank. Todas estas organizaciones ofrecen diversos tipos de servicio financiero.

Los datos de la SBS, recogidos por Asbanc, el BCP, BBVA Continental, Interbank y Scotiabank tienen una mayor participación en los créditos corporativos 91.38%, créditos hipotecarios 85.9%, grandes empresas 84.34% y medianas empresas 79.74%. En tanto, el segmento de créditos a pequeñas empresas, microempresas y créditos de consumo, tienen el 52.4%, 50% y 58.8% de participación, respectivamente. “La mayor participación en crédito a pequeñas empresas la tienen Mibanco, Banco de Crédito, Scotiabank y Caja Municipal de Arequipa, con un total de 52.40%. En los créditos a microempresas, las principales entidades son Mibanco, Caja Municipal de Arequipa, Compartamos Financiera y Caja Municipal de Huancayo, con una participación de 50.09%”, indicó ASBANC.

De la misma forma Nuñez (2018) menciona que formar una empresa en el Perú no es fácil, pero el impulso y deseo de querer hacer algo, pueden mucho más. Es por ello que en nuestro país cada cuatro de diez peruanos quiere emprender un negocio. Sabemos que el emprendedor peruano se caracteriza por ser ingenioso, creativo, dispuesto a encontrar soluciones a las diferentes adversidades; muchas veces en el contexto financiero; gran parte de los emprendimientos en el Perú se dan a una necesidad económica.

En el Perú tenemos instituciones y entidades financieras como Cooperativa de Ahorro y Créditos KORI, Ed pyme Redivisión S.A. Financiera Confianza, Compartamos Financiera, Crédito Mujer – Mi banco, Crédito Crece Mujer - Caja Piura, que brindan préstamos a emprendedoras a través de la línea de crédito grupal, mediante garantía solidaria, dirigida a mujeres emprendedoras o que cuenten con un negocio.

ADRA Perú, siendo una ONG, no es ajena a ello, cuenta con el portafolio de microfinanzas, donde tienen diversas líneas de productos, uno de ellos es el programa de bancos comunales y están integradas por emprendedoras. Ellas reciben financiamiento, capacitación y asistencia social, para lograr su sostenibilidad económica y mejorar su nivel de autoestima, liderazgo y su nivel de vida socioeconómico. Este programa ha sido diseñado especialmente para la atención de las personas más necesitadas, en poblaciones urbanas o rurales.

Menciona Nuñez (2018) que cerca del 20% de los emprendedores peruanos está en una etapa inicial de sus proyecto, generalmente en alguna actividad emprendedora ya sea micro, pequeña o mediana empresa. El Perú es uno de los países que cuenta con mayor intención para emprender cualquier tipo de negocio en Latinoamérica, el 43% de los peruanos están dispuestos a iniciar un negocio en los próximos años. A si mismo J.Serida y C. Guerrero (2018) mencionan que las personas tienen la intención de querer emprender algún tipo de negocio, mas no la disposición de querer identificar las oportunidades y salir adelante a pesar de las situaciones adversas que se puede presentar.

Según Keller (2017) menciona que el emprendimiento va en aumento del 8% en número de mujeres que cuentan con un tipo de negocio y son dueñas de negocios establecidos, en Europa, América del norte y Asia cerca del 10% de las mujeres que son optimistas tienen buenas oportunidades para iniciar un negocio. En América Latina, Argentina, Brasil y Perú,

reportan una actividad de emprendimiento entre las mujeres jóvenes de 25 a 34 años de edad. En algunos países africanos el emprendimiento se inicia por necesidad, ya que el ser empresaria, ofrece una opción viable para las mujeres donde hay alternativas de mejores ingresos. Al respecto Serida (2017) nos dice que las mujeres ven oportunidades para emprender y crecer por si mismas en lugar de que alguien les esté motivando o por necesidad. Por lo tanto, se planteó realizar la investigación de la actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de ADRA Perú en Arequipa.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general.

¿Cuál es el nivel de la actitud emprendedora que presentan las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales, Agencia Arequipa?

1.2.2. Problemas específicos.

¿Cuál es el nivel de la actitud emprendedora en su dimensión optimista que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA- Perú?

¿Cuál es el nivel de la actitud emprendedora en su dimensión proactiva que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA- Perú?

¿Cuál es el nivel de actitud emprendedora en su dimensión persistente que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA- Perú?

¿Cuál es el nivel de actitud emprendedora en su dimensión creativa que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA- Perú?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Relevancia social.

El presente estudio proporcionara información relevante para la misma institución (ADRA) en especial para el portafolio de microfinanzas, Agencia Arequipa quienes estan directamente involucrados con las emprendedoras de los bancos comunales, con el resultado de la investigacion la institucion podra tomar desiciones,estrategias, motivar al emprendimiento para la mejora de su calidad de vida.

1.3.2. Relevancia teórica.

El estudio de esta investigacion es importante, brindara informacion relevante sobre la actitud emprendedora en socias de los bancos comunales y servirá como fuente de información bibliográfica para futuras investigaciones que pueden ser compartidos con profesionales, estudiantes que deseen investigar la misma problemática.

1.3.3. Relevancia metodológica

El estudio presenta una estructura metodológica que es muy conocida y utilizada por otros investigadores, el instrumento utilizado para esta investigacion es un cuestionario realizado por (Chuquilín 2017).

1.4. Presuposición filosófica.

En la filosofia bíblica, el emprender se halla en un contexto de desarrollo personal como se menciona en 3Juan 1:2 donde Dios desea que seamos prosperados en todo ámbito, donde enfatiza a que la persona debe de estar en constante crecimiento para tener éxito en todo los aspectos del ser humano. Dios dió a cada ser humano talentos y dones el cual debe saber administrarlo y usarlo sabiamente este lo encontramos en la parabola de los talentos.

Asimismo la confianza debe de ser un factor definido en la vida y lo vemos en la vida de grandes personajes como José quien logro su éxito por su fidelidad a Dios y fue un administrador sabio, además vemos en Daniel quien también mostro fidelidad y confianza como motivación de servicio a Dios y a la sociedad.

Por otro lado Dios quiere que sigamos adelante para ser mejores cada día, el hecho de ser sus hijos nos hace personas prosperas como se menciona en Deuteronomio (28:13) donde Dios quiere que seamos cabeza y no cola. En Proverbios (24:16) hace referencia que habrá duras pruebas en el transcurso de la vida siendo Dios un gran ejemplo por que el sufrió por nosotros y nos dió a entender que seremos golpeados muchas veces, lo importante es que nos esforcemos, seamos valientes y salgamos adelante. Como se menciona en Josué (1:9).

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general.

Describir el nivel de la actitud emprendedora que presentan las socias de los bancos comunales de la Agencia para el Desarrollo y Recursos Asistenciales ADRA-Perú, Agencia Arequipa.

1.5.2. Objetivos específicos.

Describir el nivel de la actitud emprendedora en su dimensión optimista que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA – Perú.

Describir el nivel de actitud emprendedora en su dimensión proactiva que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA- Perú.

Describir el nivel de la actitud emprendedora en su dimensión persistente que presentan las socias de los bancos comunales ADRA- Perú.

Describir el nivel de actitud emprendedora en su dimensión creativa que presentan las socias de los bancos comunales de ADRA- Perú.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de investigación

2.1.1. Internacionales.

Murillo, Bustamante y Vidal (2018) realizaron una investigación titulada “*Actitud Emprendedora de estudiantes del último año académico en una universidad de Ecuador*” que tuvo como objetivo analizar la actitud de emprendimiento en estudiantes universitarios de las instituciones de educación superior en Ecuador. La investigación fue de tipo descriptivo de corte transversal teniendo una muestra de 62 estudiantes universitarios que tiene clases regulares en la universidad del estado que cursaban el último año de la carrera de ingeniera en negocios, aplicó un cuestionario estructurado con preguntas de escala de Likert de 5 puntos. Realizando un análisis de clúster jerárquico, además realizó un análisis de regresión para determinar incidencias entre las variables. Tuvo como resultado que no se aprecia una mayor predisposición emprendedora entre los estudiantes y no se muestran convencidos de perseverar en dicha competencia. Además, los que cuentan con familiares emprendedores son más adversos al riesgo, también verifica un nivel de control interno de que las acciones generan resultados consecuentes, a su vez tuvo como resultado en el grupo más joven que existe una ligera predisposición a tener su propio negocio, aunque existe temor a la inversión de sus ahorros, donde determina que todo el grupo estarían dispuestos a tener su propio negocio, siendo la familia la variable más significativa del emprendimiento.

A su vez Paiva (2017) realizó una investigación que lleva por título: “*Actitud emprendedora en estudiantes de la universidad de la frontera*”, teniendo como objetivo determinar la actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes de la universidad de la

frontera. Para ello utilizó la encuesta de GUESSSS con una población de 564 de los cuales el 8% manifiesta querer emprender al finalizar su carrera. Los resultados muestran que no existe realmente un ambiente emprendedor en la Universidad. Los estudiantes valoran de manera positiva el ser emprendedor, sin embargo, la actitud de los que desean emprender terminando la carrera es mayor a los que desean ser empleados. La recomendación que da el investigador del estudio es fortalecer los programas de emprendimiento para que puedan emprender más adelante.

A su vez Hussain, Hashmi y Misbah (2018) realizaron una investigación titulada “*Actitud hacia el espíritu empresarial: una exploración de los estudiantes de educación tecnológica*” el cual tuvo como objetivo explorar la actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes de educación tecnológica de la universidad del Punjab, Lahoje. El estudio fue de naturaleza descriptiva con enfoque cuantitativo y utilizó el método de encuesta utilizando la técnica del muestreo censal para seleccionar a muestra que estuvo compuesto por 135 estudiantes del departamento de educación tecnológica del instituto de educación e investigación. Para la intención emprendedora la escala fue adaptada para la recolección de datos desarrollado por Lee Wei Ni, Lim Bao Ping, Lim Li.Ying, Ng HueiSern y Wong JiaLihin (2012). Basado en una escala de Likert de cinco puntos, donde los datos fueron analizados mediante el uso de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Como resultado revela que los estudiantes de educación tecnológica demuestran una actitud positiva hacia el emprendimiento y no hay una diferencia significativa en la actitud de los estudiantes hacia el espíritu empresarial en términos de género sin embargo, encontraron una diferencia significativa en los estudiantes del turno mañana, como recomendación sugiere que los seminarios y los talleres deben ser conducidos por instituciones educativas con el fin de desarrollar las actitudes hacia el emprendimiento.

Del mismo modo Novillo, Sarmiento, Ollague y Ramón (2017) realizaron una investigación titulada “*El análisis de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios: una perspectiva de género*”, el objetivo fue hacer una comparación de la actitud emprendedora, entre hombres y mujeres en estudiantes de la carrera administración de la universidad técnica de Machala, el diseño de la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, descriptiva, aplicaron la prueba de varianza ANOVA, teniendo como resultados, según las categorías de hombres con un 52.26 y en las mujeres un 53,59 pues no se encontraron diferencias significativas.

2.1.2. Nacionales.

Chuquilín (2017) realizó una investigación titulada “*Actitud Emprendedora en Estudiantes del 5° año de secundaria de la Institución Educativa Cesar Vallejo*” el objetivo general fue describir la actitud emprendedora en estudiantes del 5° de secundaria de la Institución Educativa Cesar Vallejo, Chorrillos, 2016. Con diseño no experimental, descriptivo de corte transversal, la población estuvo conformada por 137 estudiantes de la institución educativa n° 6091 Cesar Vallejo. El muestreo fue probabilístico de carácter intencional para la recolección de datos uso la técnica de la encuesta teniendo como instrumento el cuestionario con escala de Likert. Los resultados muestran que el 51.1% de los alumnos tienen un alto nivel de actitud emprendedora, el 75.2% presenta optimismo moderado, el 55.5% manifiesta creatividad alta, el 54.7% tiene persistencia moderada y el 62% presenta creatividad moderada.

Mejía (2015) realizó la siguiente tesis “*Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*” Cuyo objetivo general fue determinar la actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la USAT. Realizó una investigación

exploratorio y cualitativo, la población estuvo compuesta por 476 egresados de los cuales se seleccionaron 20 de ellos como muestra llevando a cabo un muestreo no probabilístico hecho por bola de nieve, formado en dos grupos cada uno de 10, grupo “A” egresados independientes, grupo “B” egresados dependientes, ejecutando las entrevistas correspondientes y la recolección de información y veracidad de los resultados. El resultado de las dos poblaciones mostró que la actitud emprendedora de los egresados independientes es mayor a la actitud mostrada por los egresados dependientes, esto debido a que el grupo A aprovecho mejor los conocimientos adquiridos en la universidad como también sus capacidades y habilidades para formar un negocio o empresa propia.

Uriarte (2017) también realizó una investigación titulada *“Actitud emprendedora en el área de educación para el trabajo en estudiantes del 5° año de secundaria de la institución Monserrat, San Martin de Porres”* el objetivo fue determinar el nivel de desarrollo de la actitud emprendedora en el área de educación para el trabajo en estudiantes de quinto grado de educación secundaria de la institución educativa privada Monserrat, san Martin de Porres, 2016. Con enfoque cuantitativo, la investigación es básica descriptiva simple con una población y muestra de 70 estudiantes, la técnica aplicada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados muestran que el 51,4 % de estudiantes manifiesta que la actitud emprendedora es normal, el 52,9 % de estudiantes indica que la dimensión social es normal, el 47,1 % de estudiantes indican que dimensión cultural es favorable, el 48,6 % de estudiantes indica que la dimensión escolar es normal, el 74,3 % de estudiantes indica que la dimensión deportiva es favorable y el 44,3 % de estudiantes indicó que la dimensión laboral es favorable y normal.

Villon (2015) a su vez realizó una investigación titulada *“Actitud emprendedora empresarial y la capacidad para la creación de microempresas en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Naciones Unidas del distrito de Pueblo Libre”*. Teniendo

como objetivo determinar la relación entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad para la creación de microempresas en las estudiantes del Instituto Superior Tecnológico “Naciones Unidas” la investigación fue de nivel básica descriptivo y con diseño correlacional, de corte transversal ex post facto. La muestra estuvo conformada por 80 estudiantes, aplico dos instrumentos, un cuestionario para medir la actitud emprendedora empresarial, válido y confiable (alfa = 0,884) que consta de 30 ítems y mide las dimensiones: necesidad de logro (N, LOG), necesidad de poder y autoridad (n, POD) y necesidad de asociación o filiación (n, ASO). El otro cuestionario también es válido y confiable (alfa = 0,888) que consta de 35 ítems y mide las dimensiones: aptitudes personales y el proyecto de creación. El baremo para el primer instrumento es: nivel bajo = 30 a 60 puntos, nivel medio = 61 a 90 puntos y nivel alto = 91 a 120. Para el segundo instrumento: nivel bajo = 35 a 70, nivel medio = 71 a 105, nivel alto = 105 a 140 puntos. Los resultados de la investigación reportan la existencia de una relación positiva y significativa de $r = 0,686$ entre la actitud emprendedora empresarial y la capacidad para la creación de microempresas en estudiantes del Instituto Superior Tecnológico “Naciones Unidas” del distrito de Pueblo Libre, provincia y departamento de Lima. En cuanto a las dimensiones, existen relaciones de 0,298 (necesidad de logro), de 0,552 (necesidad de poder y autoridad, de 0,265 (necesidad de asociación) con la capacidad de creación de microempresas.

Juan de Lurigancho” una investigación descriptivo-comparativa teniendo como objetivo, determinar la existencia de diferencias significativas entre la actitud emprendedora de los estudiantes de nivel secundario, en función al género de la institución educativa de San Juan de Lurigancho. Teniendo como muestra una muestra de 80 estudiantes de ambos sexos. A la población se les aplicó la Escala de Actitudes Emprendedoras elaborado por Ibáñez (1995) basada en la escala EAO de Robinson (1987) según los resultados en la interpretación y análisis estadístico tenemos que los estudiantes varones y mujeres del 5to año del segundo

año de nivel secundario de la institución educativa N° 122 Andrés Avelino Cáceres de gestión educativa estatal de san juan de Lurigancho, ($t = 0,499$) donde presentan un nivel de actitud emprendedoras por encima del promedio normal. Y no existe diferencias estadísticamente significativas En la gestión educativa privada del colegio “Santiago Antúnez de Mayolo” de San Juan de Lurigancho, en estudiantes varones y mujeres del 5to. Año de nivel secundario, presentan un nivel de actitudes emprendedoras por encima del promedio normal ($T = 1,33$). Asimismo, no existen diferencias estadísticamente significativas ($P < 0,706$).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Microfinanzas.

Para Cruz (2015) Las microfinanzas son créditos pequeños que están dirigidos al emprendimiento y dirigidos para las personas que normalmente están excluidos del sistema financiero por sus bajos ingresos económicos.

Según Burgess, Martinez, Magnoni, Carballo y Hainze (2016) Durante los últimos 15 años, el sector de las microfinanzas que conforman en América Latina y el Caribe tuvieron que pasar por un proceso de maduración de manera progresiva, esto ha llevado a realizar diversos cambios a la transformación de ONGs y pequeñas entidades financieras hacia modelos más sostenibles, con un mayor nivel de regulación; para enfrentar los retos de servicios financieros del segmento de bajos ingresos, se han adoptado estrategias, metodologías y prácticas relativamente estandarizadas.

Quispe, León y Contreras (2012) mencionan que en la década de los 90 se crearon las cajas rurales como financieras de ahorro y crédito orientadas en un inicio al sector agrario. Estas entidades con el tiempo se incorporaron a diferentes líneas de crédito financiero, posteriormente crearon las empresas de desarrollo a pequeñas y micro empresas conocidas

como EDPYMES el cual son entidades especializadas en microfinanzas con el fin de promover un crecimiento de una manera continua Así mismo Minerva (2006) define que las instituciones financieras son proveedores de servicios financieros para personas de bajos recursos, que en su mayoría de casos se encuentran excluidas del sistema financiero formal. Entre estos servicios pueden encontrarse préstamos, seguros y otros servicios similares tales como recepción de depósitos de ahorro, apertura de cuentas corrientes y realización de transferencias. Por ello se crearon entidades con el fin de reducir la pobreza, ayudándoles con pequeños créditos. Así mismo las microfinanzas en el Perú representan un caso de éxito a nivel mundial. En nuestro país se destaca por ofrecer el entorno más propicio para el desarrollo del sector micro financiero, tal como lo señala el Economista Intelligence Unit en su último reporte Microscopio Global 2015. “Entorno actual, fortalezas y retos de las Microfinancieras”(2015).

2.2.2. Bancos Comunales.

Cruz (2015) La banca comunal es un mecanismo importante para el desarrollo de la economía del país, ya que ayuda a los más necesitados a salir de los índices de pobreza, dando la oportunidad de obtener un crédito a través de la garantía solidaria, Además ponen en práctica sus destrezas y habilidades y se desarrollan valores como el respeto, responsabilidad, autoconfianza, compañerismo, con lo que pueden mejorar las condiciones de vida y la de sus familiares.

Para Palma (2017) el crecimiento de la economía peruana en los últimos años se ha debido en parte al impulso que vienen generado las instituciones micro financieras; actualmente tienen el protagonismo de ser agentes económicos activos, tal es el caso de las instituciones de la banca comunal que operan en las zonas urbanas del país y que han permitido disminuir en gran proporción desigualdades sociales y económicas en el Perú. Las

organizaciones de la banca comunal son instituciones financieras solidarias, sin fines de lucro y tienen como misión servir a sus beneficiarios; se desempeñan en el sector de micro finanzas, conformando parte de las Instituciones Micro Financieras No Bancarias (IMFNB) en el país, donde también tenemos a las cajas municipales, cajas rurales, Edpymes, ONGs.

2.2.3. Emprendimiento.

Gonzales (2013) indica “que la palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* que significa pionero, que a su vez viene del latín *imprendere* que significa cometer, que aparece a principios del siglo XVI siendo utilizada para referirse a esos aventureros que, como Colón, iban al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperaban encontrar, posteriormente se fue utilizando para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores”(Pg.8).

Para Jacóme, Tinajero y Suárez (2018) el emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito laboral revela la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un proyecto a través de ideas y oportunidades, un emprendedor busca el cambio explota sus oportunidades. Para Durán, Arias (2015) El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas pues en ella convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento o de la intención emprendedora en los individuos.

Para Fernandez (2015) la figura del emprendedor se remonta desde las primeras agrupaciones humanas; somos una especie emprendedora, con el transcurso del tiempo se han generado patrones de conducta relacionados con la creación y la innovación, la búsqueda del desarrollo y progreso social. Emprender es simplemente iniciar algo con perseverancia

y tenacidad; en este proceso también se necesita disposición, voluntad, potencial y primordialmente ideas, para transformarlas en lo que vendría siendo el concepto de negocio.

El emprendimiento impulsa el crecimiento de las empresas ya existentes, la creación de nuevos negocios, crea empleo, intensifica la competencia en los mercados, y puede incluso producir aumentos en la productividad a través de mejoras tecnológicas; el emprendimiento, se ha convertido en uno de los temas centrales del discurso político y económico, se considera que la actividad emprendedora representa uno de los más importantes motores del crecimiento empresarial menciona(Georgina 2010).

Para (Jacóme et al., 2018) “ es importante mencionar que un emprendedor es un conjunto de características principales que definen su perfil, las mismas que determinaran a aquella persona llamada emprendedor/a. Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades” (Pg.167) del mismo modo Rodríguez y Jiménez (2005) exponen que hasta el momento no se ha llegado a una conclusión definitiva respecto de si el emprendedor nace o se hace; tampoco si se hace a sí mismo o si son las circunstancias y su entorno las que determinan su desempeño, dado que ninguna de las tesis planteadas hasta el momento han sido rebatidas ni confirmadas con suficiencia solidez.

Espiritu (2011) menciona que el concepto de empresario ha sido recuperado por la literatura actual con un ciertas características de la persona a quien se aplican: empresario, emprendedor, imaginativo, innovador, promotor, independiente, etc. Así mismo el emprendedor se ha rodeado de una leyenda que le otorga una serie de características, ciertos rasgos, de esfuerzo humano, de compromisos y con ideales a largo plazo.

López y Ruiz (2014) Nos dice que el rol de las personas emprendedoras está ganando protagonismo en las sociedades post industriales como elemento que favorece el desarrollo social y económico tanto a nivel local Como global.

Por lo tanto Alvarez y Urbano (2018) afirman que el campo del emprendimiento ha sido analizado en muchas de las instituciones según la actividad empresarial que tienen y que están influenciados por el entorno institucional a su vez Alvarez y Urbano (2018) afirman que muchas personas que han formado empresas se niegan a ser empleados de otra persona por el mismo deseo de ser independientes.

2.2.4. Actitud Emprendedora.

Según García y Jiménez (2012) el estudio de las actitudes emprendedoras es una línea de investigación que ha suscitado el interés y la curiosidad de muchos analistas socioeconómicos, que en la actualidad cobra una relevancia debido a la difícil situación económica que atraviesan la mayor parte de los países. Es ahora que la actividad empresarial resulta uno de los factores prioritarios para salir de la crisis, la necesidad de abrir nuevas vías en el mercado laboral, tomar nuevas iniciativas que sean creativas e innovadoras que generen nuevos puestos de trabajo, se ha convertido en una necesidad urgente.

Para Parra y Rubio (2017) la actitud emprendedora es iniciar, hacer, actuar y no esperar; que tiene un alto nivel de autorrealización, convertirse en lo que quiere llegar a ser, ayuda al ser humano a ser creativo, innovador, único, tener metas y tienen esa pasión de lograr lo que desean, es mirar hacia adelante con una constante búsqueda del éxito, alguien que cree en sus ideas para llevarlas a cabo de forma exitosa. Sin embargo, algunos factores de tipo emocional llegan a interponerse entre la actitud del emprendedor y finalmente el acto de emprender. Durán y Arias (2016) plantean la necesidad de presentar un perfil como herramienta fundamental para el diseño de la formación de emprendedores, pues facilita el establecimiento de metas de formación.

Según Zapata, Fernández, Neira y Ares (2014) el emprendimiento influye positivamente sobre la creación de empleo y el crecimiento económico más aún cuando estos son llevados

a cabo en sectores tecnológicos. La evidencia empírica demuestra que las mujeres se enfrentan a mayores barreras al momento de emprender.

Xavier, Ahmad, Nor y Yusof (2012) mencionan que los principales factores identificados, como la pasión por el negocio, las habilidades de escucha y comunicación y la autodisciplina se encuentran entre las habilidades personales más comunes, eso hace que las mujeres abandonen el empleo para ser propietarias de empresas con el fin de lograr el crecimiento personal, la independencia y la rentabilidad económica. Las habilidades empresariales en la actualidad incluyen confianza, liderazgo, pensamiento creativo, resolución de problemas, ser eficiente y efectivo, conocimiento, ser analítico, equilibrar la vida personal y empresarial y flexibilidad.

Chong (2017) menciona que existe una mayor proporción de emprendimientos de mujeres, asociado con un origen de necesidad. Las oportunidades de empleo para las mujeres son más escasas, debido al impacto de la socialización de roles y el peso del trabajo doméstico. Con frecuencia se les niega a las mujeres las posibilidades de poder ejercer un empleo asalariado a causa de sus responsabilidades familiares o en casa, la falta de calificaciones, barreras sociales y culturales o la falta de puestos de trabajo. En este contexto realizar una actividad independiente o crear una empresa por lo general una microempresa son los únicos medios de que disponen las mujeres para obtener sus propios ingresos que les permitan garantizar su subsistencia y la de sus hijos.

2.2.5. Dimensiones de la Actitud Emprendedora.

Según Duran (citado por Aponte, Arias y Gómez 2016). Define estas dimensiones de la actitud emprendedora pues considera que la persona deberá ser: Optimista, proactiva, persistente y creativa lo cual está relacionado con su personalidad.

2.2.5.1. Optimismo.

Según Aponte, Arias y Gómez (2016) el optimismo es la respuesta positiva ante adversidades relacionadas con el negocio donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos, con disposición a emprender nuevas ideas lo cual es cierto, cuando somos emprendedores nos enfrentamos a innumerables retos, pero si nos enfocamos demasiado en ellos perderemos el recurso más importante: el optimismo.

Según Velasco (2017) el optimismo está considerado como un recurso psicológico que favorece la salud y el bienestar de la persona. Para Reggie y Bradford (2017) ser optimista, así como tener una buena idea, es clave para el éxito. Al momento de fundar una empresa, recaudar fondos, contratar empleados y buscar clientes, es fundamental transmitir el entusiasmo que proviene del optimismo a cada una de las personas con las que interactuamos pues éstas creerán en ti y en tu marca. Esa fuerza será lo que llame la atención y si no está ahí, si no crees en tu idea y potencial, no podrás atraerlos.

Según López y García (2017) “El optimismo ha sido un rasgo clásicamente vinculado a la personalidad emprendedora aunque su estudio no se ha abordado utilizando las herramientas que proporciona la psicología hasta hace relativamente poco tiempo”(Pg.6).

2.2.5.2. Proactividad.

Fernández (2016) menciona que la proactividad se puede entender como una capacidad para analizar las tendencias y anticiparse a ellas adelantándose a los problemas antes que se presenten, las personas proactivas van por delante sin obligarles, buscan de forma permanente nuevas ideas de hacer las cosas. Para Perez (2012) ser proactivo es precisamente una aptitud fundamental de todo emprendedor, puesto que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras sin embargo, ser proactivo no significa sólo tomar la iniciativa ni actuar de prisa, de forma desorganizada o dejándose

llevar por los impulsos del momento, sino asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan, decidir en cada momento lo que queremos hacer y cómo lo vamos a hacer.

Aponte, Arias y Gómez (2016) las personas proactivas tienden a convertirse en emprendedores, por lo tanto, son anticipativos. Por consiguiente, prevén situaciones de conflicto tales se conducen por valores cuidadosamente meditados y seleccionados, centran sus esfuerzos y se dedican a aquellas creaciones producto de su proactividad con energía positiva, con lo cual amplían su círculo de ideas.

2.2.5.3. Persistencia.

Según Aponte, Arias y Gómez (2016) la persistencia comprende el reconocimiento de los errores propios, aprender de estos y la persistencia para sobreponerse e intentar nuevamente, por lo cual no abandona la actividad emprendedora cuando tiene situaciones adversas, sino que busca soluciones alternativas.

Según Alvarez y Urbano (2018) los elementos como la persistencia en el hábito de la no prioridad, las rutinas ejercidas por las entidades como son las transferencias social resultan ser principios comunes a todas las entidades que componen. Para Amo y Jour (2017) persistencia en educación superior (ES) tienden a diferir entre estudios, en función del nivel de análisis, el periodo de observación y la consideración o no de distintos tipos de deserción o persistencia. Esto dificulta la integración de sus hallazgos, y promueve visiones parciales del tránsito de los alumnos por el sistema de ES. Bajo la consideración de que la deserción o persistencia solo son posibilidades dentro de un espectro más amplio de trayectorias, se presenta un estudio que reconoce la necesidad de avanzar en el desarrollo.

2.2.5.4. Creatividad.

Para Galindo (2011) (citado por Chaguay y Garcia 2016) La creatividad es la aptitud o capacidad de percibir nuevas facetas de un problema, también permite ubicar una relación

entre el tiempo y el espacio de un objeto, emplea a la innovación como la parte más activa de la creatividad que facilita el funcionamiento de las cosas, la satisfacción de necesidades y la búsqueda de respuestas nuevas a problemáticas planteadas.

Jacóme, Tinajero y Suárez (2018) mencionan que la innovación es una herramienta específica del emprendedor por ende el emprendedor efectivo se convierte en una fuente de recurso, los emprendedores no solo se encargan de generar ideas sino también de hacerlas realidad.

2.3. Marco conceptual.

2.3.1. Actitud emprendedora.

La actitud emprendedora es la capacidad de realizar o crear un nuevo proyecto o desarrollar una nueva idea de negocio, para tener una mejor calidad de vida el cual también se requiere de mucha confianza de sí mismo en que va a lograr sus objetivos o metas trazadas luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad. Según (Parra y Rubio 2017).

2.3.2. Optimismo.

Según Aponte, Arias y Gómez (2016) optimismo es ser positivos ante las diferentes adversidades de la vida, con el negocio, en donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos, transmitir el entusiasmo.

2.3.3. Proactividad.

Para Perez (2012) ser proactivo es precisamente una aptitud fundamental de todo emprendedor, puesto que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras sin embargo, ser proactivo no significa sólo tomar la iniciativa ni actuar de prisa, de forma desorganizada o dejándose llevar por los impulsos del momento, sino asumir la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan, decidir en cada momento lo que queremos hacer y cómo lo vamos a hacer.

2.3.4. Persistencia.

Según Duran (citado por Aponte, Arias y Gómez 2016) la persistencia comprende el reconocimiento de los errores propios, aprender de estos y la persistencia para sobreponerse e intentar nuevamente, por lo cual no abandona la actividad emprendedora cuando tiene situaciones adversas, sino que busca soluciones alternativas.

2.3.5. Creatividad.

Para Galindo (2011) (citado por Chaguay, Garcia 2016) La creatividad es la aptitud o capacidad de percibir nuevas facetas de un problema, también permite ubicar una relación entre el tiempo y el espacio de un objeto, emplea a la innovación como la parte más activa de la creatividad.

Capítulo III

Diseño metodológico

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo básica, se realizó el estudio a socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales (ADRA).

El estudio es de nivel descriptivo, en ese sentido Hernández, Fernández y Baptista (2014) nos dicen que una investigación es de nivel descriptiva, cuando está orientada al conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación espacio, temporal que se da.

3.2. Diseño metodológico

El diseño de la investigación es no experimental, transaccional. Al respecto de esto, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que, en este tipo de diseño, se recolecta datos descriptivos para explicar el fenómeno. No existen mediciones de un fenómeno por largo tiempo que pongan diferencias significativas.

3.3. Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable actitud emprendedora

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala
Actitud Emprendedora	Optimismo	Tomar lo mejor de lo mejor. 1-3	Escala de Likert Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3
	Proactividad	Tomar decisiones para hacerlas realidad. 4-8	Casi siempre = 4 Siempre = 5
	Persistencia	Tendencia a continuar una actividad. 9-11	Niveles y rangos Bajo 15-34 Moderado 35-54
	Creatividad	Innovación Originalidad Flexibilidad Nivel de inventiva Apertura mental. 12-15	Alto 55-75

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población.

La población está conformada por 4694 socias de los bancos comunales de ADRA-Perú de los diferentes distritos de la ciudad de Arequipa.

Tabla 2

Población de socias de los bancos comunales por distritos de la ciudad de Arequipa.

Distrito	Población
Miraflores	292
Cayma	600
C.Colorado	530
A.S.A	540
Socabaya	750
Hunter	436
Mariano Melgar	378
Paucarpata	750
Tiabaya	342
Total	4694

3.4.2. Muestra.

La muestra es un sub conjunto representativo de una población cuando se aplica la técnica de muestreo. El muestreo para esta investigación, es probabilística estratificada, ya que se considera grupos de población o segmentos.

$$n = \left(\frac{N Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{(N-1)e^2 + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q} \right)$$

Donde:

$N = 4618$ (tamaño de población)

$Z = 95\%$ (nivel de confianza)

$P =$ Proporción

$e = 5\%$ margen de error.

Tabla 3

Tamaño de la muestra de socias de los bancos comunales por distrito de la ciudad de arequipa.

Distrito	Población	Factor	Muestra
Miraflores	292	0.0768731052404	22
Cayma	600	0.0768731052404	46
C. Colorado	530	0.0768731052404	41
A.S.A	540	0.0768731052404	42
Socabaya	750	0.0768731052404	58
Hunter	436	0.0768731052404	34
Mariano Melgar	378	0.0768731052404	29
Paucarpata	750	0.0768731052404	58
Tiabaya	342	0.0768731052404	26
Total	4618		355

El tamaño de la muestra es de 355 socias de los bancos comunales de la Agencia Advetista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales, Agencia Arequipa.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta, aplicando el cuestionario sobre la actitud emprendedora, propuesto por Chuquilín (2017), el cual consta de cuatro dimensiones, dividido en 20 ítems; optimismo con 3 ítems; proactividad con 5 ítems; persistencia con 3 ítems y creatividad con 4 ítems; valorados en la escala de Likert del 1 al 5.

La confiabilidad del instrumento, a través de alfa de Cronbach, es de 0,808, el cual demuestra una alta confiabilidad del instrumento

Tabla 4

Confiabilidad de alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N.º de elementos
0,808	4

3.6. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de la base datos, tabulación y análisis de la información, se utilizó el paquete estadístico del SPSS, versión 22 en español.

Capítulo IV

Resultados y discusión

4.1. En relación a las variables sociodemográficas

Tabla 5

Sexo de las socias de los bancos comunales de la agencia para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido femenino	355	100,0	100,0	100,0

La tabla 5 muestra que el 100% de los encuestados es del género femenino de las socias de los bancos comunales de ADRA-Perú de la agencia Arequipa.

Tabla 6

Edad de las socias de los bancos comunales de la agencia para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18 a 25 años	32	9,0	9,0	9,0
26 a 35 años	85	23,9	23,9	33,0
36 a 45 años	87	24,5	24,5	57,5
46 a 55 años	89	25,1	25,1	82,5
56 a 65 años	46	13,0	13,0	95,5
66 años a más	16	4,5	4,5	100,0
Total	355	100,0	100,0	

La tabla 6 muestra que el 25.1% de los encuestados tienen la edad de 46 a 55 años, un 24.5% tienen la edad de 36 a 45 años donde vemos que la mayoría de las socias son adultos y un 23.9% tiene una edad de 26 a los 35 años, y un 9% tienen la edad de 18 a 25 un promedio menor a comparación de los adultos, a su vez un 4.5% de los encuestados tiene la edad de 66 años a más.

Tabla 7

Estado civil de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casada	139	39,2	39,2	39,2
	Soltera	86	24,2	24,2	63,4
	Conviviente	106	29,9	29,9	93,2
	Viuda	12	3,4	3,4	96,6
	Separada	12	3,4	3,4	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 7 muestra que el 39.2 % de los encuestados son casadas y un 29.9% de las socias conviven con su pareja y un 24.2 % de los encuestadas son solteras y un porcentaje menor de un 3.4% de las encuestadas son viudas y separadas o divorciadas es un 3.4 % de las socias de los bancos comunales.

Tabla 8

Creencias religiosas de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Católico	321	90,4	90,4	90,4
	Adventista	7	2,0	2,0	92,4
	Evangélico	17	4,8	4,8	97,2
	Otros	10	2,8	2,8	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 8 muestra que el 90.4% de las encuestadas tienen la religión católica el cual representa una gran mayoría de las socias de los bancos comunales y un 4.8% son evangélicos, un 2.8% son de otras religiones y un 2% de las encuestadas son adventistas.

Tabla 9

Grado de instrucción de las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales de la ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria Incompleta	29	8,2	8,2	8,2
	Primaria Completa	17	4,8	4,8	13,0
	Secundaria Incompleta	43	12,1	12,1	25,1
	Secundaria Completa	124	34,9	34,9	60,0
	Técnico	32	9,0	9,0	69,0
	Superior Incompleto	53	14,9	14,9	83,9
	Superior Completo	57	16,1	16,1	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 8 muestra que el 34,9% de las encuestadas solo culminaron la secundaria y solo el 16.1% de las encuestadas culminaron sus estudios universitarios y un 14.9% no culminaron sus estudios superiores, pero un 12.1% no culminaron la secundaria por alguna razón y un 8.2% no concluyeron sus estudios primarios.

Tabla 10

Población por distrito de los bancos comunales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Miraflores	22	6,2	6,2	6,2
	Cayma	46	13,0	13,0	19,2
	Cerro Colorado	41	11,5	11,5	30,7
	Alto Selva Alegre	41	11,5	11,5	42,3
	Socabaya	58	16,3	16,3	58,6
	Jacobo Hunter	34	9,6	9,6	68,2
	Mariano Melgar	29	8,2	8,2	76,3
	Paucarpatá	58	16,3	16,3	92,7
	Tiabaya	26	7,3	7,3	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 10 nos muestra que los distritos con mayor cantidad de socias encuestadas son los distritos de Socabaya y Paucarpatá cada una representada con un 16.3%, seguido por el

distrito de Cayma con un 13% y con un 11.5% los Distritos de Cerro Colorado y Alto Selva Alegre, el distrito de Jacobo Hunter con un 9.6% de socias y Mariano Melgar con un 8.25, los distritos con menor cantidad de socias son los Distritos de Tiabaya con un 7.35 y Miraflores con un 6.2% el cual quiere decir que tiene menor cantidad de socias en los bancos comunales.

4.2. En relación al objetivo general.

Tabla 11

Nivel de la actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista Para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	95	26,8	26,8	26,8
	Alto	260	73,2	73,2	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 11 nos muestra que el 73,2% de las socias de los bancos comunales encuestadas tienen un alto nivel de actitud emprendedora y un 26,8% presentan un nivel de actitud optimista moderada lo cual indica que pueden iniciar, hacer nuevos emprendimientos pues tiene las ganas de salir adelante.

4.2.1. En relación al primer objetivo específico

Tabla 12

Actitud emprendedora en su dimensión optimista de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista Para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	1,4	1,4	1,4
	Moderado	219	61,7	61,7	63,1
	Alto	131	36,9	36,9	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 12 nos muestra que un 61.7% de las socias encuestadas de los bancos comunales tienen un nivel de actitud emprendedora optimista moderada, evidenciando que no son

optimistas ni pesimistas; un 36.9% de las encuestadas tienen un alto nivel de actitud emprendedora optimista, lo cual indica, que son muy optimistas, enfrentan las dificultades y toman las adversidades de manera positiva y con buen ánimo; y un 1.4% de las socias encuestadas tienen una baja actitud emprendedora optimista.

4.2.2. En relación al segundo objetivo específico.

Tabla 13

Actitud emprendedora en su dimensión proactiva de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	,3	,3	,3
	Moderado	88	24,8	24,8	25,1
	Alto	266	74,9	74,9	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 13 nos muestra que el 74.9% de las socias encuestadas de los bancos comunales tienen un alto nivel de actitud emprendedora proactiva; el 24.8% tienen una actitud emprendedora moderada; y un 0.3% tiene un nivel bajo de actitud proactiva.

4.2.3. En relación al tercer objetivo específico.

Tabla 14

Actitud emprendedora en su dimensión persistente de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	,8	,8	,8
	Moderado	106	29,9	29,9	30,7
	Alto	246	69,3	69,3	100,0
	Total	355	100,0	100,0	

La tabla 14 muestra que el 69.3% de las socias encuestadas de los bancos comunales tiene un alto nivel de actitud emprendedora persistente; un 29.9% tienen un nivel moderado y un 0.8% muestran un nivel bajo de actitud emprendedora persistente.

4.2.4. En relación al cuarto objetivo específico.

Tabla 15

Actitud emprendedora en su dimensión creativa de las socias de los bancos comunales de la Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales de la Ciudad de Arequipa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bajo	3	,8	,8	,8
Moderado	72	20,3	20,3	21,1
Alto	280	78,9	78,9	100,0
Total	355	100,0	100,0	

La tabla 15 muestra que el 78.9% de las socias encuestadas tienen un alto nivel de actitud emprendedora creativa; un 20.3% tiene una actitud creativa moderada; y un 0.8% tienen un nivel bajo de actitud creativa.

4.3. Discusión y resultados

La presente investigación tuvo como objetivo general describir el nivel de actitud emprendedora en socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa, 2019. Después de analizar los resultados en referencia al objetivo general, se obtuvo como respuesta, que la actitud emprendedora de socias de los bancos comunales, presentan un nivel alto de actitud emprendedora, los resultados concuerdan con los resultados de Chuquilín (2017) los resultados muestran que el 51 % poseen una alta actitud emprendedora. Esto da a conocer que en ambas poblaciones investigadas tienen un buen conocimiento del emprendimiento, a pesar de la diferencia de edades que presentan, ya que las poblaciones estudiadas en esta investigación son mayores de edad, que, en su gran mayoría, solo concluyeron sus estudios secundarios. Del mismo modo Torres (2017) en su investigación determinó que los estudiantes presentan un nivel de actitud emprendedora por encima del resultado que concuerda con ambas investigaciones.

Parra y Rubio (2017) indican que la actitud emprendedora es iniciar, hacer, actuar y no esperar; convertirse en lo que quiere llegar a ser, ayuda al ser humano a ser creativo, innovador, único, tener metas y tienen esa pasión de lograr lo que desean, es mirar hacia adelante con una constante búsqueda del éxito. Puedo decir que para el emprendimiento no hay edad, puesto que si uno quiere emprender algún tipo de negocio solo necesitan tener actitud, voluntad de querer superarse sin importar la edad que tengan.

En cuanto al primer objetivo específico fue describir el nivel de actitud emprendedora optimista en socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, Agencia Arequipa teniendo como resultado que el 62 % de las socias presentan un optimismo moderado; resultado que concuerda con la investigación realizada por Chuquilín (2017) donde obtuvo como resultado que el 72 % de los estudiantes tiene un optimismo moderado frente al emprendimiento, ambas poblaciones estudiadas dan a conocer no son optimistas ni pesimistas al momento de querer emprender un negocio, teniendo en cuenta que la población estudiada tiene experiencia en algún tipo de negocio no tienen una buena confianza en sí mismos de lograr lo que desean; tal y como lo mencionan Aponte, Arias y Gómez (2016) que es la respuesta positiva ante adversidades relacionadas con el negocio donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos, con disposición a emprender ideas nuevas.

En cuanto al Segundo objetivo específico se obtuvo como resultado que las socias presentan un nivel alto de proactividad, donde los resultados concuerdan con la investigación realizada por Chuquilín (2017) donde el 56 % de la población estudiada presenta una alta proactividad referente al emprendimiento, a pesar de ser muy diferentes se anticipan a lo que puede suceder por ello ser proactivo es precisamente una aptitud fundamental de todo emprendedor, puesto que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y capaces de generar mejoras sin embargo, ser proactivo no significa sólo tomar la iniciativa

ni actuar de prisa, de forma desorganizada o dejándose llevar por los impulsos del momento, sino asumir la responsabilidad (Perez, 2012).

En cuanto al tercer objetivo específico se obtuvo como resultado que las socias presentan un alto nivel de actitud persistente, resultado que no concuerda con la investigación hecha por Chuquilín (2017) quien tuvo como resultado que el 55 % obtuvo una persistencia moderada, pues el estudio que realizó fue a estudiantes de secundaria. Hay una diferencia, esto da a conocer que mientras uno tiene más experiencia es más persistente y sobreponerse a las dificultades; como menciona Aponte, Arias y Gómez (2016) no abandonar la actividad emprendedora cuando tiene situaciones adversas, sino que busca soluciones alternativas.

En cuanto al cuarto objetivo se obtuvo como resultado que las socias de los bancos comunales tienen un alto nivel de actitud creativa, resultado que no concuerda con la investigación hecha por Chuquilín (2017) el cual obtuvo como resultado que el 62% de los estudiantes tiene una actitud moderada y el 36.5% posee una alta creatividad lo cual los resultados son diferentes a la investigación hecha. En la actualidad se piensa que los jóvenes son más creativos, pero el resultado muestra que las personas adultas también pueden ser creativas o innovadoras que buscan ideas nuevas a diferentes problemáticas. Jacóme, Tinajero y Suárez (2018) mencionan que la innovación es una herramienta específica del emprendedor por ende el emprendedor efectivo se convierte en una fuente de recurso, los emprendedores no solo se encargan de generar ideas sino también de hacerlas realidad.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Respecto del objetivo general, se concluye que las socias de los bancos comunales de ADRA Agencia Arequipa, presentan un nivel alto de actitud emprendedora en un 73%, lo que indica que tienen una orientación muy buena hacia el emprendimiento.

En relación al primer objetivo específico, se concluye que las socias de los bancos comunales de ADRA Agencia Arequipa, presentan un nivel de optimismo moderado en un 62%, lo que indica que tienen poca confianza, entusiasmo, no enfrentan positivamente las adversidades y no son optimistas ni pesimistas.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que el 75 % de las socias de los bancos comunales de ADRA, presentan un nivel alto de actitud proactiva, lo que indica que tienen la capacidad de analizar y buscar nuevas oportunidades de desarrollo.

Respecto al tercer objetivo específico, se concluye que el 69 % de las socias de los bancos comunales de ADRA, presentan un nivel alto de actitud persistente, lo que nos indica que son capaces de sobreponerse a las dificultades, aprender de los errores y buscar soluciones.

En cuanto al cuarto objetivo específico se concluye que las socias de los bancos comunales de ADRA, donde el 79 % de las socias encuestadas presentan un nivel alto de actitud creatividad, lo que indica que son capaces de realizar nuevas cosas.

5.2. Recomendaciones

Tomando en cuenta la variable se observó que un gran porcentaje de las socias tiene una actitud emprendedora alta y moderada; se recomienda a ADRA, diseñar un plan de capacitación, que aborde competencias blandas, como: tolerancia a la frustración,

persistencia, optimismo, trabajo en equipo, resiliencia y resolución de conflictos temas de planificación, organización, control, planificación. Mediante talleres, capacitaciones y seminarios esto ayudara a las socias a tener un mejor desenvolvimiento, fortalecer su autoestima y tener una clara orientación con respecto al manejo de sus negocios, ser más competitivos en el ámbito laboral, sino que también ayudara a mejorar su calidad de vida y la de su familia.

A su vez, se recomienda a ADRA, capacitar e incentivar a las socias de los bancos comunales, en la formalización de sus negocios, a través de convenios con otras instituciones, que puedan brindarles información sobre como formalizar sus negocios; esto las ayudara a tener mejores ingresos y mejorar su economía.

Finalmente se recomienda realizar otras investigaciones de la actitud emprendedora con distintas dimensiones relacionadas con la cultura, laboral, profesional. Temas que en la actualidad influyen en el emprendimiento. Esto ayudara a conocer más a fondo el emprendimiento, en cómo influye en las emprendedoras.

Referencias

- Alberto, L., Chaguay, L., & Garc, E. (2016). Espiritu emprendedor: actitud de cambio para la innovaci´ on y emprendimiento, *I(4)*, 31–35.
- Alvarez, C., & Urbano, D. (2018). Cultural-cognitive Dimension and Entrepreneurial Activity: A Cross-country Study. Retrieved from <http://journals.openedition.org/revestudsoc/7424>
- Amo, C., & jour. (2017). Trayectorias universitarias: Mas Que Persistencia o Desersion. Retrieved from <http://revistas.utp.ac.pa/index.php/clabes/article/view/1676>
- Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2016). *Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. Gestión de la educación* (Vol. 6). <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Burgess, E., Martinez, M., Magnoni, B., Carballo, I. E., & Hainze, A. (2016). Empezando por casa: El liderazgo femenino en las entidades de microfinanzas en America Latina y el Caribe (p. 88).
- Chong-González, E. G. (2017). El emprendedurismo femenino rural. *Entramado*, *12(1)*, 30–36. <https://doi.org/10.18041/entramado.2016v12n1.23107>
- Chuquilín, M., & Laura. (2017). *Actitud emprendedora en estudiantes del 5º de secundaria de la institución educativa nº 6091 César VALlejo, Chorillos, 2016*. Uuniversidad Cesar Vallejo. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21543/Chuquilín_MML.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruz yesenia. (2015). *Valoracion De Impacto De La Banca Comunal Como Mecanismo Financiero Orientado Al Sector Popular En El Sur De La Ciudad De Quito En El Sector De Chillogallo*. Universidad Politecnica Salesiana. Universidad Politecnica

- Salesiana Sede Quito. Retrieved from
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5081/1/UPS-CYT00109.pdf>
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de La Educación*, 6(2), 83.
<https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Durán, A. (2015). Intencion Emprendedora En Estudiantes Universitarios: Integracion De Factores Cognitivos y Socio Personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320–340.
- Donna Keller. (2017). Actividad emprendedora entre mujeres aumentó en 10% en Perú. *Gestion*. Retrieved from <https://gestion.pe/economia/actividad-emprendedora-mujeres-aumento-10-peru-143913-noticia>
- Entorno actual, fortalezas y retos de las Microfinancieras. (2015). Retrieved from <https://www.asbanc.com.pe/Paginas/Noticias/DetalleNoticia.aspx?ItemID=245>
- Espiritu, R. (2011). *Actitud Emprendedora En Los Estudiantes Universitarios : Un Análisis*. Universidad Computence de Madrid. Retrieved from <https://eprints.ucm.es/12803/>
- Fernández, F. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo. UF0346* (setiembre). Rioja: Editorial Tutor Formacion. Retrieved from www.tutorformacion.es
- Fernandez, M. (2015). Fomento de la Actitud Emprendedora, en el Ambiente Universitario para la creacion de MIPYMES. El caso de Posgrado de la Dacea-UJAT. *Hitos de Ciencias Economico Administrativas*, 51. Retrieved from <http://www.revistas.ujat.mx/index.php/hitos/issue/view/216>
- Georgina, L. (2010). *La Actitud Emprendedora De Los Universitarios y Empresarios de*

Nayarit; Un analisis institucional. Universidad de Cantabria.

Gonzales, L. (2013). La persona emprendedora y la idea de negocio. *ACP Internacional*, 1–35. Retrieved from

csites/default/files/documents/u.d.1_la_persona_emprendedora.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014).

Metodología de la investigación (6th ed.). México: McGraw-Hill.

Hussain, T., Hashmi, A., & Misbah, G. (2018). Attitude towards Entrepreneurship: An Exploration of Technology Education Students Attitude towards Entrepreneurship: An Exploration of Technology Education Students 132. *Bulletin of Education and Research*, 40(1), 131–139.

Jacóme, I., Tinajero, M., & Suárez, I. (2018). Características del comportamiento emprendedor en estudiantes egresados universitarios del Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, ISSN-e 2477-8818, Vol. 4, Nº. 3, 2018, Págs. 163-176, 4(3), 163–176.

Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6560193>

López, J., & María Ruiz-Ruano, A. (2014). Modelado de la intención emprendedora con redes bayesianas Modelling entrepreneurial intention with Bayesian networks. *Revista de Psicología*, 23(2), 71–87. <https://doi.org/10.5354/0719-0581.2014.36149>

López Puga, J., & García García, J. (2017). Optimismo, pesimismo y realismo disposicional en emprendedores potenciales de base tecnológica ; Psicothema.

Repositorio Institucional Universidad EAFIT. Retrieved from

<http://hdl.handle.net/10784/11734>

Mejía Baldera, D. O. (2015). *Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo - USAT.* Universidad Católica

- Santo Toribio de Mogrovejo. Retrieved from <http://54.165.197.99/handle/usat/159>
- Minerva, R. (2006). Las instituciones de microfinanzas: una comparación geográfica en América Latina. *Revista Galega de Economía, 14*, 1–28.
- Murillo Carlos, Bustamante Miguel, Vidal Cristian, C. R. (2018). Enterprising Attitude of Estudents of tha Last Year of Acade. *Revista Empresarial, 45*, 69–79.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23878/empr.v12.i45.128>
- Murphy Andrea , Ponciano Jonathan, H. S. y T. H. (2019). Global 2000 Las empresas públicas más grandes del mundo. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/global2000/#c63ff85335d8>
- Novillo, E., Sarmiento, C., Ollague, J., & Ramón, D. (2017). Análisis de Actitud Emprendedora en Estudiantes Universitarios : una Perspectiva de Género. *INNOVA Research Journal, 2*(8), 56–63.
<https://doi.org/http://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.330>
- Núñez, fernando. (2018). ¿Cómo es el emprendedor peruano? Retrieved from <https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/como-es-el-emprendedor-peruano-noticia-1109942>
- Núñez Fernando. (2018, March 12). ¿Como es el Emprededor Peruano? *Rpp*. Retrieved from <https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/como-es-el-emprendedor-peruano-noticia-1109942>
- Ortiz García, P., & Millán Jiménez, A. (2012). Emprendedores y empresas. La construcción social del emprendedor. *Lan Harremanak. Revista de Relaciones Laborales, 0*(24). Retrieved from http://www.ehu.es/ojs/index.php/Lan_Harremanak/article/view/4695
- Paiva G, S. M. (2017). Actitud emprendedora en estudiantes de la Universidad de la

- Frontera. *Revista Universitaria Ruta*, 2, 2–10. Retrieved from <https://www.mendeley.com>
- Palma, U. R. (2017). *Universidad ricardo palma*. Universidad Ricardo Palma.
- Parra Mercedes, Rubio Germán, L. L. (2017). Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa. Retrieved from www.ecoesediciones.com
- Perez, L. (2012). Ser Emprendedor y Proactivo. Unitec. Retrieved from blogs.unitec.mx/emprendedores/emprendedor-proactivo
- Quispe, Z., León, D., & Contreras, A. (2012). *El exitoso desarrollo de las microfinanzas en el Perú*. *Revista Moneda* (Vol. 1). Retrieved from <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-151/moneda-151-03.pdf>
- Reggie Bradford. (2017). La importancia del optimismo al momento de emprender. Retrieved from <https://mba.americaeconomia.com/articulos/columnas/la-importancia-del-optimismo-al-momento-de-emprender>
- Sastre, R. F. (2013). La Motivacion emprendedora y los Factores que contribuyen con el exito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, 1.
- Serida, J. (2017). Actividad Emprendedora entre Mujeres Aumentó en 10% en Perú. Retrieved from <https://gestion.pe/economia/actividad-emprendedora-mujeres-aumento-10-peru-143913>
- Serida Jaime. Guerrero Carlos. (2018). Perú es el país con mayor espíritu emprendedor en América Latina y el quinto en el mundo. Retrieved from <https://gestion.pe/economia/peru-pais-mayor-espiritu-emprendedor-america-latina-quinto-mundo-237414>

- Torres, C. (2017). *Actitudes emprendedoras en estudiantes secundarios de instituciones de gestión educativa diferenciadas de San Juan de Lurigancho*. Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Retrieved from <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/162676>
- Uriarte Santamaría, H. (2017). Actitud emprendedora en el área de Educación para el Trabajo de los estudiantes de 5.º grado de educación secundaria de la institución educativa privada Monserrat. *Universidad César Vallejo*, 78. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12934/Uriarte_SHG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Velasco. (2017). Optimismo & Pesimismo. Retrieved from <https://gerryvelasco.wordpress.com/2017/02/23/optimismo/>
- Villon, J. (2015). *Actitud emprendedora empresarial y capacidad de creación de microempresas en estudiantes del Instituto de Educación Superior “Naciones Unidas”, Lima 2014*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Retrieved from <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/9256>
- Xavier, S. R., Ahmad, S. Z., Nor, L. M., & Yusof, M. (2012). Women Entrepreneurs: Making A Change from Employment to Small and Medium Business Ownership. *Procedia Economics and Finance*, 4, 321–334. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00347-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00347-4)
- Zapata Huamaní, G. A., Fernández López, S., Neira Gómez, I., & Rey Ares, L. (2014). El género como factor determinante del emprendimiento tecnológico en sudamérica. Universidade da Coruña. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2183/15823>

Anexos

Anexo 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
<p>Problema General: ¿Cuál es el nivel de Actitud emprendedora que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa, 2019?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cuál es el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión optimista que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa?</p> <p>¿Cuál es el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión proactiva que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa?</p> <p>¿Cuál es el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión persistente que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa?</p> <p>Cuál es el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión creativa que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa?</p>	<p>Objetivo General: Describir el nivel de Actitud emprendedora que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>Describir el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión optimista que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa</p> <p>Describir el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión proactiva que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa</p> <p>Describir el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión persistente que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa</p> <p>describir el nivel de Actitud emprendedora en su dimensión creativa que presentan las socias de los bancos comunales de la agencia adventista para el desarrollo y recursos asistenciales, agencia Arequipa</p>	<p>Variable: Actitud emprendedora</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Optimismo Tomar lo mejor de lo mejor.</p> <p>Proactividad Tomar decisiones para hacerlas realidad</p> <p>Persistencia Tendencia a continuar una actividad</p> <p>Creatividad e innovación Originalidad Flexibilidad Nivel de inventiva Apertura mental</p>	<p>TIPO: Básica</p> <p>DISEÑO: No experimental, descriptiva transversal</p>	<p>POBLACIÓN: 4696 socias de los bancos comunales</p> <p>MUESTRA: 355 socias de los bancos comunales</p>	<p>TÉCNICAS: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p> <p>ESCALA: Escala de Likert</p> <p>Bajo = 15 – 34</p> <p>Moderado = 35 – 54</p> <p>Alto = 55 – 75</p>

Anexo 2. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	escala
Actitud Emprendedora	Optimismo	Tomar lo mejor de lo mejor. 1-3	Escala de Likert Nunca – 1 Casi nunca – 2 A veces - 3
	Proactividad	Tomar decisiones para hacerlas realidad 4-8	Casi siempre – 4 Siempre - 5
	Persistencia	Tendencia a continuar una actividad 9-11	Niveles y rangos Bajo 15-34 Moderado 35-54 Alto 55-75
	Creatividad	Innovación Originalidad Flexibilidad Nivel de inventiva Apertura mental 12-15	

Anexo 3. Confiabilidad del instrumento

Confiabilidad del instrumento

Confiabilidad del instrumento		Actitud emprendedora	
		N.º	%
Casos	Válidos	30	100.0
	Excluidos(a)	0	0
	Total	20	100.0
	N.º de elementos	15	100.0
Estadísticos de fiabilidad			
Alpha de Cronbach		0.808	100.0

Nivel de confiabilidad

Muy baja	Baja	Regular	Aceptable	Elevada
0.0 - 0.20	0.21 - 0.40	0.41 - 0.60	0.61 - 0.80	0.81 - 100

Anexo 4. Cuestionario de la Actitud Emprendedora

ENCUESTA PARA DIAGNOSTICAR LA ACTITUD EMPRENDEDORA

Estimada emprendedora el presente cuestionario tiene como propósito recabar información acerca del nivel de actitud emprendedora. Para obtener el grado de título profesional en administración y negocios internacionales. Por ello solicito puedan responder a toda las de manera sincera. Este cuestionario es totalmente anónimo y se efectúa únicamente con el fin de realizar dicha investigación. Agradezco por anticipado su colaboración.

Marque con una x la respuesta que según Ud. corresponde.

La escala de valoración es la siguiente:

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

Sexo: femenino () masculino ()

Edad: ()

Estado civil: casada () soltera () conviviente () viuda () separada ()

Religión: católica () adventista () evangélico () otros.....:

Grado de instrucción: (PI) (PC) (SI) (SC) (T) (S I) (SC)

distrito al que pertenece su banco comunal.....

El cuestionario consta de 15 preguntas.

Instrumento para medir el emprendimiento

Ítems	1 Nunc a	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
1. ¿Busco el lado positivo a la situación?					
2. ¿Las situaciones difíciles son para mí un reto?					
3. ¿A pesar de que las cosas van mal, la esperanza es lo último que muere?					
4. ¿Tiendo a imaginarme ideas para el futuro en corto o largo plazo?					
5. ¿Tengo la visión a dónde quiero llegar e invierto mi esfuerzo para conseguirlo?					

6. ¿Tomo una actitud de cambio en las cosas que me salen mal?					
7. ¿Identifico claramente mis fortalezas y debilidades como persona?					
8. ¿Plasmo rápidamente lo que tengo en mente?					
9. ¿Tiendo a seguir una actividad?					
10. ¿Te retiras de una actividad fácilmente?					
11. ¿Si tienes problemas al desarrollar una actividad haces frente al problema y continúas?					
12. ¿Te gusta realizar cosas nuevas?					
13. ¿Haces frente al cambio o situaciones novedosas?					
14. ¿Afrontas retos y obstáculos buscando la mayor cantidad de alternativas posibles?					
15. ¿Tienes la habilidad de percibir la realidad y transfórmala parcial o totalmente?					

Anexo 5. Documento de Autorización



AV. ANGAMOS OESTE 770
MIRAFLORES - LIMA - PERÚ
TELÉFONO: (51-1) 712.7700
Fax (51-1) 712.7710
www.adra.org.pe

Arequipa 19 de Julio del 2019

Señorita:

Roxana Paja Quispe

Asesor de Servicios Portafolio de Microfinanzas - ADRA PERÚ

Presente. -

De nuestra consideración.

Sirva la presente para saludarle cordialmente y a la vez comunicarle que su solicitud para realizar su investigación de tesis "**Actitud Emprendedora En Socias De Los Bancos Comunales De La Agencia Adventista Para El Desarrollo y Recursos Asistenciales, Agencia Arequipa, 2019**" ha sido aceptada por nuestra agencia.

Esperamos que la investigación sea de gran aporte para vuestra institución y gestion para la comunidad.

Agradeciendo de antemano la atención prestada, quedo de usted.

Atentamente,



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Rojas', written over a horizontal line.