

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE CIENCIAS EMPRESARIALES



Una Institución Adventista

**Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en
estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la
Región San Martín, 2020**

Tesis para obtener el Grado de Maestra en Administración de
Negocios con Mención en Gestión Empresarial

Autor:

Rina Marina Quispe Flores de Ramirez

Asesor:

Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

Lima, diciembre 2020

ANEXO 07 DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

Yo, Jesús Fernando Bejarano Auqui, adscrita a la Facultad de Ciencias Empresariales, y docente en la Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales de la Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: ***“Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la región San Martín, 2020”*** constituye la memoria que presenta la **Bachiller Rina Marina Quispe Flores de Ramirez** para aspirar al Grado Académico de Maestra en Administración de Negocios, mención en Gestión Empresarial, 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 constancia en Lima, a los veintinueve días del mes de diciembre del año 2020.



Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS MAESTRO

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los veintinueve días del mes de diciembre del año 2020, siendo las 16:00 horas se reunieron en la sala virtual zoom (<https://adventistas.zoom.us/j/88075009355>) de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Dr. Julio Cesar Rengifo Peña y los demás miembros siguientes:

Secretario:	Dr. Marcos Enrique Flores González
Vocal:	Mg. Luis Enrique Falcón Delgado
Vocal:	Dr. Juan Valdivia Zuta
Vocal:	Dr. Ivan Apaza Romero
Asesor:	Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

Con el propósito de llevar a cabo el acto público de la sustentación de tesis de posgrado titulada: "**Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020**" de la egresada: RINA MARINA QUISPE FLORES DE RAMIREZ conducente a obtención del Grado Académico de Maestra en: Administración de Negocios con mención en Gestión Empresarial.

El Presidente del Jurado dio por iniciado el acto académico, invitando al candidato a hacer uso del tiempo señalado por para su exposición. Concluida la misma, el Presidente del Jurado invitó a los demás miembros a realizar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes que fueron absueltas por el candidato, el acto fue seguido de un receso de quince minutos para las deliberaciones y el dictamen de Jurado. Vencido el tiempo de las deliberaciones, el Jurado procedió a dejar constancia escrita del resultado en la presente acta, con dictamen siguiente:

Aprobado por **UNANIMIDAD** calificación: **APROBADO CON ESCALA VIGESIMAL 17 ESCALA CUALITATIVA B+ CON NOMINACIÓN DE MUY BUENO, CON MÉRITO SOBRESALIENTE.**

El Presidente del Jurado hizo alusión al maestrando y solicitó al secretario la lectura correspondiente para poner en su conocimiento el resultado, terminado el mismo y sin objeción alguna, el Presidente del jurado dio por concluido el acto, en fe de lo cual firman al pie.



Marcos Enrique Flores González

Presidente

Secretario



Candidato

Vocal

Vocal

Dedicatoria

A mi madre Gregoria Flores, mi mayor inspiración y ejemplo de emprendimiento.

A mis hermanos Santiago, Vicente, Winston y Ana María; quienes, más que hermanos, son mis verdaderos amigos y un verdadero ejemplo de resiliencia y perseverancia.

A la memoria de mi padre Máximo Quispe Obando.

Agradecimientos

Mi mayor agradecimiento a Dios por la oportunidad, tiempo y las pruebas que me dio para enfrentar este reto, de manera muy especial agradezco a mi esposo Lorenzo Ramírez Vega, a mis hijos Mattheus, Andrews y Benjamín, quienes, con paciencia y mucho amor, me ayudaron a culminar este reto.

Asimismo, al Dr. Melanio Pérez Vásquez, director del IESTP de Rioja; al Ing. Roberto Guevara Altamirano, director del IESTP Altomayo – Moyobamba; al CPC Juan Andrés Maguiña Campos, director del IESTP Nororiental de la Selva; y a la CPCC Rosa del Carmen Panduro Ríos, directora del IESTP de Huallaga; quienes, con la mayor voluntad, hicieron posible la realización del presente trabajo de investigación conjuntamente con todo su equipo, plana docente y estudiantes.

A mi sobrino Franz Eleazar Chambi Quispe; quien, en todo momento, estuvo apoyándome con sus conocimientos. De igual forma, A mi cuñada, Mtra. Celina Ramírez Vega, por sus aportes y guía en la culminación de este trabajo.

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Tabla de contenido.....	vi
Índice de las figuras.....	x
Índice de tablas.....	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Capítulo I.....	1
El problema de investigación.....	1
1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1. Problema General.....	3
1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.3. Justificación y viabilidad.....	4
1.3.1. Justificación.....	4
1.3.2. Viabilidad.....	5
1.4. Objetivos.....	5
1.4.3. Objetivo general.....	5
1.4.4. Objetivos específicos.....	6

1.5.	Presuposición filosófica.....	6
	Capítulo II.....	8
	Marco teórico.....	8
2.1.	Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1.	Antecedentes internacionales.....	8
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	9
2.2.	Bases teóricas.....	11
2.2.1.	Actitud emprendedora.....	11
2.2.2.	Capacidad de crear empresas.....	21
2.3.	Marco Conceptual.....	34
2.3.1.	Actitud emprendedora.....	34
2.3.2.	Capacidad de emprender.....	35
	Capítulo III.....	36
	Metodología de la investigación.....	36
3.1.	Tipo de investigación.....	36
3.2.	Diseño de la investigación.....	36
3.3.	Población y muestra.....	36
3.3.1.	Población.....	36
3.3.2.	Muestra.....	38
3.4.	Hipótesis de estudio.....	39
3.4.1.	Hipótesis general.....	39
3.4.2.	Hipótesis específicas.....	40
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
3.6.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	41

3.7. Validación de instrumentos	41
Capítulo IV	43
Resultados y discusiones	43
4.1. Resultados.....	43
4.1.1. Análisis descriptivo de los participantes del estudio	43
4.1.2. Análisis de los niveles de las variables estudiadas	45
4.1.3. Prueba de normalidad	48
4.1.4. Relación entre actitud emprendedora y capacidad de creación de empresas	49
4.1.5. Relación entre necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas	50
4.1.6. Relación entre control sobre los hechos y capacidad de creación de empresas	51
4.1.7. Relación entre la creación e innovación y capacidad de creación de empresas	52
4.1.9. Relación entre la autoconfianza y capacidad de creación de empresas	54
4.2. Discusión	54
Capítulo V.....	59
Conclusiones y recomendaciones.....	59
5.1. Conclusiones.....	59
5.2. Recomendaciones	61
Referencias	63
Anexo 01. Matriz instrumental.....	72
Anexo 02. Matriz de consistencia.....	75
Anexo 03. Cuestionario de actitud Emprendedora.....	77
Anexo 04. Cuestionario de Capacidad de crear empresa	78
Anexo 05. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Alto Mayo” ...	79

Anexo 06. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Rioja”	80
Anexo 07. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Nor Oriental de la Selva”	81
Anexo 08. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Huallaga”	82
Anexo 09. Cuestionario Actitud emprendedora ítem por ítem.....	83
Anexo 10. Cuestionario Capacidad de crear empresas ítem por ítem	84
Anexo 11.....	85
Anexo 12.....	86
Anexo 13. Juicio del juez N° 01 – Actitud emprendedora.	87
Anexo 14. Juicio del juez N° 01 – Capacidad de crear empresas.	88
Anexo 15. Juicio del juez N° 02.	89
Anexo 16. Juicio del juez N° 02 – Criterios de validez del contenido del instrumento.	90
Anexo 17. Juicio del juez N° 03.	91
Anexo 18. Juicio del juez N° 03 – Criterios de validez del contenido del instrumento.	92
Anexo 19. Imágenes de la aplicación de los instrumentos.	94

Índice de las figuras

<i>Figura 1.</i> Esquema para creación de nueva empresa.	22
<i>Figura 2.</i> Modelo Gasse – Tremblay.....	29
<i>Figura 3.</i> Muestra y relación de las variables	39
<i>Figura 4.</i> Niveles de actitud emprendedora según IESTP	46
<i>Figura 5.</i> Niveles de capacidad de crear empresa según IESTP	47
<i>Figura 6.</i> Entrega de instrumentos a los estudiantes	94
<i>Figura 7.</i> Recepción de respuestas de un grupo de estudiantes	95

Índice de tablas

Tabla 1. Institutos tecnológicos	37
Tabla 2. Descripción según género, edad, instituto superior tecnológico y carrera profesional de los participantes de estudio.....	44
Tabla 3. Distribución de los participantes según género y edad en cada instituto superior	45
Tabla 4. Niveles de actitud emprendedora y sus dimensiones según su centro de estudio ..	46
Tabla 5. Niveles de capacidad de crear empresa y sus dimensiones según su centro de estudio	48
Tabla 6. Prueba de normalidad de Kolgomorov – Smirnov de las variables de estudio	48
Tabla 7. Correlación de Spearman de las variables de estudio	49
Tabla 8. Correlación de Spearman de las dimensiones Necesidad de logro y la Capacidad de crear empresa.....	51
Tabla 9. Correlación de Spearman de la dimensiones Control sobre los hechos y la Capacidad de crear empresa.....	51
Tabla 10. Correlación de Spearman de la dimensiones Creación e innovación y la Capacidad de crear empresa.....	52
Tabla 11. Correlación de Spearman de la dimensiones Predisposición al riesgo y la Capacidad de crear empresa	53
Tabla 12. Correlación de Spearman de la dimensiones Autoconfianza y la Capacidad de crear empresa	54

Índice de anexos

Anexo 01. Matriz instrumental.....	72
Anexo 02. Matriz de consistencia.....	75
Anexo 03. Cuestionario de Actitud Emprendedora.....	77
Anexo 04. Cuestionario de Capacidad de crear empresa	78
Anexo 05. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Alto Mayo” ...	79
Anexo 06. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Rioja”	80
Anexo 07. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Nor Oriental de la Selva”	81
Anexo 08. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Huallaga”	82
Anexo 09. Cuestionario Actitud Emprendedora ítem por ítem	83
Anexo 10. Cuestionario Capacidad de crear empresas ítem por ítem	84
Anexo 11.....	85
Anexo 12.....	86
Anexo 13. Juicio del juez N° 01 – Actitud emprendedora	87
Anexo 14. Juicio del juez N° 01 – Capacidad de crear empresas	88
Anexo 15. Juicio del juez N° 02.....	89
Anexo 16. Juicio del juez N° 02 – Criterios de validez del contenido del instrumento	90
Anexo 17. Juicio del juez N° 03.....	91
Anexo 18. Juicio del juez N° 03 – Criterios de validez del contenido del instrumento	92
Anexo 19. Imágenes de la aplicación de los instrumentos	94

Resumen

El propósito de la presente investigación fue demostrar la relación entre actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín 2020. Se utilizó un diseño descriptivo correlacional no experimental de enfoque cuantitativo con una muestra de 616 estudiantes a quienes se les aplicó dos instrumentos de medición: El cuestionario de Actitud Emprendedora que consta de 20 ítems y la Capacidad de creación de empresas con 21 ítems, ambos propuestos por Radovich (2017). Estos instrumentos fueron sometidos a los análisis respectivos que determinaron que las pruebas son válidas y confiables. Para efectos de procesamiento de la información, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman. Los principales resultados obtenidos señalan que la actitud emprendedora se relaciona significativamente de manera directa y moderada ($\rho = 0.636$) con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la región San Martín, por lo que se recomienda a dichas instituciones de la Región San Martín fomentar el espíritu empresarial, identificando las asignaturas relacionadas a negocios en las que se pueda transmitir las metodologías y herramientas para el fortalecimiento de un espíritu emprendedor, así como reformular los cursos de liderazgo e innovación que no están siendo enfocadas para fortalecer sus capacidades.

Palabras claves: Actitud emprendedora, capacidad de creación de empresas, emprendimiento.

Abstract

The purpose of this research was to demonstrate the relationship between entrepreneurial attitude and the capacity for business creation in students of the Saint Martin region's Technological High Schools 2020. It was used a descriptive non-experimental correlational design of quantitative approach with a sample of 616 students to whom two measurement instruments were applied; the entrepreneurial attitude questionnaire that consists of 20 items and the capacity of creation of companies with 21 items, both proposed by Radovich (2017), these instruments were submitted to the respective analyses that determined that the tests are valid and reliable. For information processing purposes, Spearman's correlation coefficient was used, where the main results obtained were that the entrepreneurial attitude is significantly related in a direct and moderate way ($\rho = 0.636$) with the capacity of business creation in students of the Technological Superior Institutes of the San Martin region. Therefore, it recommends to the Higher Technological Institutes of the San Martin region, to promote the entrepreneurial spirit, identifying the subjects related to business where the methodologies and tools for the strengthening of the entrepreneurial spirit can be transmitted, as well as reformulating the leadership and innovation courses that are not being focused to strengthen their capacities.

KeyWords: Entrepreneurial attitude, capacity for business creation, entrepreneurship.

Capítulo I

El problema de investigación

1.1.Descripción del problema

En Latinoamérica, el 8.1% de la población urbana en edad laboral se encuentra desempleada, causado principalmente por dificultades para el comercio internacional y las demandas de manifestación contra la desigualdad (Organización Internacional del Trabajo, 2019). Las tendencias en el desempleo juvenil a nivel nacional han ido aumentando con el tiempo a más del 61% de la población en edad de trabajar, motivando la necesidad de crear nuevas empresas y espacios de trabajo.

Un rasgo estructural de las economías es la problemática de la empleabilidad juvenil. La tasa de desempleo juvenil triplica a la de la población adulta. Uno de cada cinco jóvenes busca trabajo sin éxito y, si lo logra, lo realiza en condiciones precarias. Los jóvenes entre 15 a 24 años, experimentan impactos negativos en sus centros de trabajo. La tasa de desocupación juvenil en el 2019 aumentó en 0.3 puntos y afectó a 19,8% de los jóvenes que busca trabajo en América Latina y el Caribe (Organización Internacional del Trabajo, 2019).

La creación de empresas que generen recursos que complementen la economía mundial es uno de los retos primordiales que cada institución empresarial debe fomentar; es así que Minniti (2012) afirma que la actividad económica de una nación es consecuencia de la acción recíproca entre empresas consolidadas, empresas nuevas y las pequeñas.

Según World Intellectual Property Organization (2019), el Perú ocupa el puesto 88 de 126 países que tienen la oportunidad de crear su propio negocio; sin embargo, el peruano es conocido por ser ingenioso, creativo, apto en buscar alternativas para solucionar vicisitudes, desde una perspectiva negativa financieramente. Además, diversos factores han creado un clima propicio para el emprendimiento: mercados emergentes en todo el país, exportaciones, mayores beneficios por los tratados de libre comercio, programas para jóvenes emprendedores entre otros.

En el departamento de San Martín se observa que las personas emprenden una microempresa sin mayor conocimiento en estudios de mercado, finanzas o marketing. Muchos de ellos son jóvenes egresados de los centros superiores de formación académica, quienes; muchas veces se ven frustrados por no tener capital de trabajo o acceso a una línea de crédito; sin embargo, tienen actitud emprendedora y buscan salir adelante, generar puestos laborales y contribuir a la economía de nuestro país.

Como no existe una adecuada formación en este campo, el ejercicio de tal actividad resulta mucho más difícil y arriesgado. Prueba de ello es el alto porcentaje de “mortalidad” de las nuevas empresas que va del 20% al 80% en los tres primeros años de su vida.

De ahí que los centros de estudios superiores tienen la responsabilidad de revertir dicha situación, ya que estos preparan y forman profesionales para una inserción laboral exitosa. Asimismo, resulta de un interés particular motivar a los jóvenes estudiantes a tener una actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas, por ende, de manera oportuna, se debe fomentar en el aula el desarrollo, la formación o fortalecimiento de actitudes emprendedoras, ya que, si no se instruye adecuadamente, el egresado se estancará debido a

su inexperiencia, su no pertenencia a grupos sociales de emprendedores y el poco conocimiento para generar un negocio.

Se ha observado que en los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín no se ofrecen las bases adecuadas para la creación de empresas, lo cual es grave ya que el emprendedurismo debe estar basado en experiencias concretas que se vierten en las aulas de los centros superiores, para así disminuir la competitividad frente a los puestos laborales que ofrecen las empresas con mayor presencia en el Perú y el mundo. Se ha visto que la malla curricular y, en general, la formación profesional se caracteriza por el continuismo de un modelo tradicionalista de enseñanza – aprendizaje.

En este sentido se entiende el motivo por el que el emprendimiento y la capacidad de creación de empresas se convierten en factores primordiales para el incremento de recursos económicos a nivel global.

Teniendo en cuenta lo mencionado, es de mucha importancia precisar de información adecuada sobre la actitud emprendedora que se fomentan en las instituciones superiores tecnológicas de la región San Martín, es por ello que con la ejecución de esta investigación buscamos cuantificar la relación que existe entre la actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el nivel de relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?

1.2.2. Problemas específicos.

- a) ¿Cuál es el nivel de relación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?

- b) ¿Cuál es el nivel de relación entre el control sobre los hechos y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?

- c) ¿Cuál es el nivel de relación entre la creación e innovación y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?

- d) ¿Cuál es el nivel de relación entre la predisposición al riesgo y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?

- e) ¿Cuál es el nivel de relación entre la autoconfianza y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?

1.3. Justificación y viabilidad

1.3.1. Justificación

El presente trabajo de investigación parte de un punto que son las variables Actitud emprendedora y Capacidad de creación de empresas, las cuales son muy importantes en el proceso de formación de empresarial y aportará en el proceso de enseñanza a quienes tengan acceso a esta información.

El aporte social será brindar erudiciones a los académicos, con una mejor visión y compromiso social, capaces de emprender y enfrentar retos y aceptar los desafíos con una mejor preparación académica.

La relevancia teórica consiste en presentar a la comunidad científica la relación que existe entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas, corroborando con la teoría y, de esta manera, presentar un informe relevante, preciso y actualizado; además, puede ser usado como fuente bibliográfica en futuras investigaciones sobre el tema.

La relevancia metodológica se refiere a que el presente estudio puede ser usado por la comunidad científica, ya que el instrumento utilizado será sometido a un proceso de fiabilidad para corroborar su eficacia.

1.3.2. Viabilidad

La presente investigación fue viable gracias a que las autoridades de los institutos superiores tecnológicos públicos de la Región San Martín, autorizaron y brindaron toda la información para la ejecución del presente estudio, contando con recursos económico propios para su terminación.

1.4. Objetivos

1.4.3. Objetivo general.

Demostrar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.

1.4.4. Objetivos específicos.

- ✓ Determinar la relación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Determinar la relación entre el control sobre los hechos y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Determinar la relación entre la creación e innovación y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Determinar la relación entre la predisposición al riesgo y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Determinar la relación entre la autoconfianza y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.

1.5. Presuposición filosófica

El ánimo emprendedor y la educación son temas importantes que están conectados entre sí, pero no deberían simplemente atarse al aumento de competencias y actitudes para la generación de empresas, más bien se debería alcanzar la motivación en las personas para que puedan realizar sus sueños y metas, sin importar lo difícil que estas parezcan. Por lo tanto, se debe lograr que los individuos estén predispuestos a formar prácticas emprendedoras, además de contribuir en las acciones emprendedoras (Osorio y Pereira, 2011).

El emprender una idea de negocios no es una tarea fácil, conlleva una gran cantidad de emociones que nos pueden paralizar. La Biblia muestra muchas enseñanzas acerca del emprendimiento, como es el caso de un hombre llamado Josué, quien de joven empezó siendo ayudante de Moisés, líder de la salida de los israelitas de la tierra de Egipto a la tierra de Canaán. Con la muerte de Moisés, Josué le sucedió. Este sabía que este pueblo era rebelde y causaba muchos problemas. En ese contexto, Dios mismo le dijo en Josué 1: 9: “Esfuérzate y sé valiente, no temas ni desmayes, porque yo, el Señor tu Dios, estaré contigo donde quiera que vayas”. La perseverancia de Josué fue grande, se enfrentó a peligros de muerte, pudo ver milagros como el cruce del río Jordán, conquistó ciudades, castigó y disciplinó a los malos, y finalmente logró entrar a los israelitas en la tierra prometida.

Por otro lado, tenemos a Jesús, un emprendedor por excelencia. Enfrentó todo tipo de situaciones, tuvo su equipo y, dentro de ellos, uno que lo traicionó, compartió un mensaje diferente, sufrió y murió por la causa, para transformar el mundo. Desde un principio Él tenía su propósito claro, a los 30 años decide iniciar su obra salvadora y en tan solo 3 años transformó la sociedad. No perdió el enfoque de su misión en esta tierra, a pesar de las dificultades que atravesó, como lo demuestra en Mateo 26:39 “Yendo un poco más adelante, se postró sobre su rostro, orando dijo: Padre mío, si es posible, pase de mi esta copa; pero no sea como quiero, sino como tú.” Cada una de sus enseñanzas, confrontaciones, milagros, parábolas, tuvieron un propósito claro, que hasta el día de hoy transforman vidas a pesar de que fueron dichas hace más de 2000 años. En cada una de ellas encontramos historias inspiradoras de emprendimiento, cuán importante es administrar bien los talentos que Dios nos dio, que muchas veces conlleva enfrentar obstáculos, pero teniendo la fortaleza del Señor.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

En principio, Águila (2019) realizó una investigación titulada “Estudio y validación de los modelos de intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Técnica Federico Santa María y la Universidad Adolfo Ibañez”, cuyo objetivo fue validar los modelos de intención emprendedora planteados por Ajzen, Maresch y Miranda. Debido al aumento de las políticas y programas para fomentar el emprendimiento, se ha vuelto necesario precisar cuáles son los factores principales que tienen incidencia en la formación que está dentro del contexto universitario chileno. El método fue validado mediante el uso del software SPSS AMOS y, para ello, se aplicó el instrumento a 262 alumnos de primer año, para medir las variables intención emprendedora, actitud emprendedora, normas subjetivas, control del comportamiento y educación emprendedora. Los resultados comprueban que los modelos de Ajzen y Maresch son válidos y se ajustan al contexto de ambas casas de estudio; asimismo, los factores que influyen en la intención emprendedora son principalmente la actitud emprendedora y el control del comportamiento percibido. De esta manera se espera que a futuro los modelos puedan ser utilizados como referentes para el estudio de la intención emprendedora, para así poder encaminar y hacer más eficientes las actuales políticas y programas que se enfocan en los primeros pasos y etapas tempranas del emprendimiento.

También, Duarte (2017), en su investigación titulada “Análisis de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Contaduría Pública de la Universidad Francisco de Paula

Santander Ocaña”, tuvo como objetivo analizar la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de Contaduría Pública de la citada universidad. Para esto, se plantearon tres objetivos específicos: la identificación de las variables que incidan en la actitud de emprender, la perceptiva laboral, el diagnóstico de la importancia, las habilidades de formación y dificultades en el emprendimiento que perciben los universitarios. El estudio fue realizado mediante una investigación descriptiva, dando un enfoque cuantitativo con aportes cualitativos, conformado por una muestra de 226 estudiantes de contaduría. Los resultados obtenidos concluyen que existe una actitud positiva y emprendedora y que la perspectiva laboral de la mayoría de los estudiantes está enfocada en la creación de una empresa; los estudiantes le otorgan un nivel muy alto al emprendimiento; se indica también que tienen habilidades de liderazgo para realizar trabajos en equipo, ya que tienen como fortaleza los conocimientos académicos; el hecho de no tener el apoyo de amigos y familiares fue la mayor dificultad.

Por último, Carlo (2017), en su tesis “La intención emprendedora: un estudio transcultural entre República Dominicana y España”, buscó analizar la intención emprendedora y los antecedentes de la misma, en dos países cuya influencia cultural es completamente distinta. Utilizó el método de estudio empírico, empleando un cuestionario que se aplicó a una muestra de 913 estudiantes; para el análisis de datos se utilizó regresiones logísticas. Las conclusiones reportan que existe una relación positiva entre la actitud personal y la intención de emprender en ambos colectivos, estudiantes dominicanos y españoles.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Castillo (2018) realizó una investigación titulada “Capacidad emprendedora y resiliencia como factores influyentes sobre el potencial emprendedor empresarial en estudiantes de ciencias administrativas y recursos humanos de una universidad privada de Lima”. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental de corte transversal, se empleó un diseño ex post facto correlacional con diseño descriptivo comparativo; la muestra estuvo conformada por 235 estudiantes. La conclusión del estudio expresa que existe correlación positiva moderada entre la resiliencia y la capacidad emprendedora; además, la capacidad emprendedora influye de forma positiva sobre el potencial emprendedor; asimismo, la resiliencia influye de forma positiva, pero con menor intensidad sobre el potencial emprendedor.

En la misma dirección, Radovich (2017) desarrolló la tesis “La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega”, con el objetivo de demostrar si existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad para crear microempresas. La investigación fue de tipo transversal correlacional, aplicando el instrumento a 184 estudiantes del séptimo al décimo ciclo y se llegó a una conclusión satisfactoria, obteniendo una alta relación entre las dos variables.

Además, Burgos (2010) trabajó la tesis “Motivación de logro y actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019” con el propósito de determinar la relación que existe entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras en los estudiantes de dicha universidad. La investigación fue de tipo cuantitativo, correlacional, no experimental y de corte transversal. Se aplicó el instrumento a 166 estudiantes de dicha universidad, llegando

a la conclusión de que existe una relación moderada y significativa estadísticamente entre las dos variables, lo que implica que, a mayor motivación, mayor actitud emprendedora.

Finalmente, Troya (2017) realizó una tesis titulada “Estilos de aprendizaje y su relación con la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2017” con el propósito de determinar la relación que existe entre los estilos de aprendizaje y la autoeficacia emprendedora, en los estudiantes de dicha universidad. La investigación fue correlacional de corte transversal. La muestra fue de 309 estudiantes. La conclusión reporta que existe una relación significativa entre estilo de aprendizaje y autoeficacia emprendedora, siendo así que a mayor conocimiento de los estilos de aprendizaje mejor autoeficacia emprendedora.

2.2.Bases teóricas

2.2.1. Actitud emprendedora

El vocablo emprender fue introducido por primera vez en el Diccionario de autoridades en el año 1732, más bien con un sentido de empuje y decisión para realizar ciertas tareas específicas y lograr su cometido. Este término en un principio surgió para un entorno comercial; sin embargo, se da a conocer en el siglo XVI y se relaciona directamente con el vocablo francés *entrepreneur*; posteriormente, en el siglo XVIII los franceses extendieron el significado del vocablo a los constructores de puentes, caminos y a los arquitectos (Falcone et al, 2016).

En un estudio realizado por Hidalgo (2014) se señala que fue en los Estados Unidos en los años setenta donde se vio la necesidad de formar emprendedores con valores y destrezas, debido a que en esos años la economía norteamericana pasaba por momentos de recesión, ahí se prioriza la formación de empresas para crear nuevos puestos de trabajo. De esta manera

surgieron nuevas ideas de emprendimiento entre los que podemos destacar a Bill Gates (Microsoft), Steven Jobs (Apple Computer) Sam Walton (Wal-Mart) entre otros.

2.2.1.1. *Emprendimiento*

No existe una definición universalmente aceptada de la palabra. Una definición integral de emprendimiento es que es el proceso de creación de valor al reunir una combinación única de recursos para explotar una oportunidad. La clave de esta definición es que se trata de un proceso en el que los empresarios crean valor donde antes no lo había, reuniendo recursos de una manera única, además, que es un comportamiento impulsado por la oportunidad (Shah et al., 2015).

El emprendimiento puede darse en diversos contextos: creación de una nueva empresa, pequeñas empresas, empresas medianas, empresas conglomeradas, organizaciones sin fines de lucro y organismos del sector público. Así pues, comúnmente, las palabras más asociadas con el emprendimiento son: inicio, fundación y creación; nuevos negocios y nuevos riesgos; innovación, nuevos productos y nuevos mercados; búsqueda de oportunidades; toma de riesgos, gestión de riesgos e incertidumbre; y búsqueda de ganancias y beneficio personal (Morris et al., 2008).

Una definición más restringida es que el acto esencial del emprendimiento es la nueva entrada, el acto de poner en marcha una nueva empresa, ya sea por una empresa de nueva creación, a través de una empresa existente o por medio de una empresa corporativa interna; la nueva entrada es la idea central que subyace al concepto de emprendimiento (Lumpkin & Dess, 1996).

Para otros, el emprendimiento es el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos e incertidumbres financieras, psíquicas y sociales que lo acompañan y recibiendo las recompensas de la satisfacción monetaria y personal (Shah et al., 2015).

Las dimensiones clave del emprendimiento son: 1) el grado de innovación, 2) el grado de toma de riesgos y 3) el grado de proactividad. Por lo tanto, el grado de emprendimiento se mide por estos tres factores. Se puede analizar más a fondo este factor trazando la frecuencia de aparición en un eje y luego trazando el grado de emprendimiento frente a la frecuencia en que esta se produce para definir la intensidad empresarial de una organización (Morris et al., 2008).

2.2.1.2. El proceso emprendedor

El emprendimiento es un proceso que consta de seis pasos: 1) identificación de la oportunidad, 2) definición del concepto de empresa, 3) evaluación de las necesidades de recursos, 4) adquisición de los recursos necesarios, 5) aplicación y gestión del concepto de empresa, y 6) recogida de la empresa (Morris et al., 2008).

Al respecto, Hisrich y Kearney (2014) lo restringen a cuatro pasos no muy diferentes del proceso anterior. Este proceso alternativo consiste en: 1) identificar y evaluar la oportunidad de negocio, 2) desarrollar el plan de negocios, 3) identificar los recursos necesarios, y 4) iniciar y gestionar la empresa.

En cualquiera de los dos enfoques, la parte más importante y más difícil del proceso es el primer paso: la identificación y evaluación de la oportunidad de negocio. Esto se logra gracias a la atención que el empresario presta a las posibles necesidades no satisfechas del cliente y

a la capacidad de combinarlas con una solución única y superior del empresario. Cuando estos dos se unen, se crea una propuesta de valor única para el cliente. Esto además necesita ser sometido a varios ciclos de validación del cliente para confirmar que "si lo construyes vendrán". También es el momento de verificar que la oportunidad es real en contraposición a la percibida y comprender el tamaño y el alcance de la misma mediante la segmentación del mercado, el análisis del tamaño del mercado y un plan de lanzamiento al mercado, pudiendo así evaluar el riesgo frente a la recompensa de la oportunidad. Un análisis inicial de este tipo da paso a una validación más rigurosa del concepto de negocio y a la elaboración de un plan de negocios detallado (Shah et al., 2015).

2.2.1.3. Actitud emprendedora

Según Castillo (2018), el proceso emprendedor lo considera como un factor clave en la etapa de formación de un negocio, en la que se emplea toda la aptitud y actitud para dar inicio a una nueva empresa creando sus propios ingresos. Sin embargo, este suceso no ocurre como algo fortuito, sino más bien es tener una visión de saber evaluar y aprovechar las oportunidades que se presentan de manera planificada (Hidalgo Proaño, 2014).

Asimismo, Quintero (2007) sostiene que la cualidad emprendedora puede definirse como una conducta constante de gestionar los recursos para crear resultados según la actividad en que se desenvuelve.

Por otro lado, Páez y García (2011) la definen como la facultad de establecer o empezar una empresa, un proyecto o un sistema de vida nuevo, inspirado en la confianza en sí mismo, la decisión de actuar en beneficio de las inquietudes con persistencia hasta hacerlos realidad. En esta misma línea, Filion estableció que la actitud emprendedora no es más que la

capacidad de fijarse metas, objetivo y retos, percibiendo y detectando las oportunidades en potencial y a su vez tomar decisiones oportunas a mediano y largo plazo (Alarcón, 2017).

Malagón (2003), a su vez, afirma que el emprendedor es un líder visionario que asume riesgos y ve las oportunidades donde otros no la ven. En esa misma línea, Durán et al. (2015) sostiene que la actitud emprendedora es la disposición proactiva frente a cualquier dificultad, llevándolo a tener ideas creativas que se materializan en hechos exitosos y, de esta manera, facilita el crecimiento personal.

Hay un popular refrán que dice: “el optimista ve una oportunidad en cada dificultad y el pesimista ve una dificultad en cada oportunidad” Muchas veces dejamos pasar las oportunidades por no tener la voluntad de sacarlas adelante o porque no las vemos por nuestras limitaciones sobre creatividad.

En suma, la actitud emprendedora es avizorar hacia delante, es sobrellevar una alta dosis de preocupación de las posibilidades y del futuro de nuestro momento, es estar dispuesto a adoptar un nuevo modelo en vez del habitual, del pasado, del usual, del placentero, es mostrarse motivado a cambiar. El que tiene actitud emprendedora arriesga, pero de manera responsable. Es consciente de sus consecuencias y está preparado en todo momento a afrontarlas, sueña con ideales, con sus habilidades, mide en todo momento su potencial, con una constante prueba de fuego de su capacidad humana y con un temor frecuente a la mediocridad.

2.2.1.4. Dimensiones de la actitud emprendedora

Robinson et al. (1991), en su estudio, señalan cuatro dimensiones fundamentales para el desarrollo de la actitud emprendedora: la necesidad de logro, la innovación, el control interno y la autoestima; las cuales están claramente relacionadas con la labor empresarial.

En la presente investigación se considera las dimensiones de necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima que pertenecen al instrumento EAO (“Entrepreneurship Attitude Orientation Scale”), además de propensión al riesgo que es otro componente que se agrega a dicho instrumento, todos son factores relevantes en el perfil del emprendedor. (De Pablo et al., 2004) A continuación, se describe los componentes específicos del instrumento:

2.2.1.4.1. Necesidad de Logro

La motivación de logro es descrita por McClelland como un impulso comportamental que conlleva al sujeto a seleccionar e insistir en tareas que impliquen un nivel superior y que pueda compararse consigo mismo al realizar actividades retadoras que requiera sus competencias para llegar a un éxito indiscutible (Espíritu y Sastre, 2011).

Según Guedez (2003), una de las características del emprendedor es la motivación de logro que lo define como una necesidad fuertemente motivados por el deseo de probarse a sí mismo y tener la seguridad de triunfar. Una necesidad recurrente de alcanzar éxitos, no en comparación con otros, sino con uno mismo, es la motivación de logro.

2.2.1.4.2. Control sobre los hechos.

El control interno o control sobre los hechos es coherente con la necesidad de logro, que es la idea de que el sujeto llega a tener cierto control sobre los hechos y su ambiente. Dicha

actitud difiere del control externo, esto es, la idea de que los sucesos están controlados por fuerzas exteriores y extrañas a la persona, como el destino, la casualidad, entre otros (Veciana, 2005).

Según (Guedez, 2003), la seguridad emocional consiste en asumir la responsabilidad de los hechos e induce a que la persona controle y maneje la frustración, llevándoles a tener una percepción realista de sí mismos.

Blackman (2003), a su vez, señala que si el emprendedor posee un elevado locus de control interno y responsabilidad, obtendrá más posibilidades de éxito puesto que auscultará con detalle el plan de negocios y sabrá que el control está en sus manos y no depende del ambiente.

En la misma línea, locus de control es el nivel con que alguien cree dominar los eventos y acontecimientos de la vida cotidiana, es decir, es una creencia articulada con pronosticar y organizar el ámbito que lo rodea (Casique y López, 2007)

2.4.1.4.3 Creación e innovación.

“La innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio” (Robbins, 2004), por lo que implica llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente.

La innovación, según Vesga (2009), es el proceso voluntario que, en las organizaciones, permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios, la cual conlleva a resultados determinados y medibles y está relacionada al desarrollo de un espíritu emprendedor en las personas, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la

capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlos, así como la constante indagación de oportunidades.

No es solo tener una idea creativa sino llevarla a la práctica y que sea valorada por algún grupo de interés. La creación, unida a la innovación, genera productividad a las diversas organizaciones.

2.2.1.4.3. Predisposición al riesgo.

Una competencia necesaria en los emprendedores es la propensión al riesgo, el cual está ligada a la personalidad. Según Espíritu y Sastre (2011), una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor. Existe el supuesto de que, si se identifican y conocen las competencias diferenciadoras del emprendedor con éxito, se podría generar capacitaciones de las mismas para desarrollarlas y, de esta forma, ayudar a la creación de empresas para generar competitividad y progreso para el país.

2.2.1.4.4. Autoconfianza.

Para Robbins (2004), es el grado en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos y sientan que tienen o no el control de su entorno. Además, Páez y García (2011) sostienen que dentro de la autoconfianza está la autoestima y la autoeficacia, la primera es el juicio personal y valórico que una persona tiene de sí y la segunda es la creencia de la capacidad o no para llevar a cabo actos que demanda una circunstancia.

2.2.1.5. Características del emprendedor.

El emprendedor tiene ciertas características que lo diferencian de otros, De acuerdo con Hidalgo (2014), un emprendedor es una persona que asume riesgos para poner en marcha una idea; invierte tiempo, bienes y dinero para lograr sus objetivos con una clara visión, no se trata de invertir irresponsablemente sino con mucho cálculo.

Otro rasgo que menciona el autor es que el emprendedor está dispuesto a innovar y hacer cambios, no le pone en marcha una idea nueva, sino que también transforma y cambia aquello que ya está puesto en marcha. Necesita una gran fuerza interna y energía para lograr aquello que se ha propuesto.

Sin embargo, Drucker (1994), uno de los autores más renombrados en el tema, sostiene que un emprendedor es un innovador, aclarando que no todos los que inician un pequeño negocio o idea, aunque exitosa, necesariamente sean emprendedores. Además, aclara que ser un emprendedor no es un rasgo de carácter, sino una conducta.

El emprendedor tiene ciertas características que lo hace especial: crea, innova y transforma para lograr sus objetivos y satisfacer sus propias necesidades y la de los demás.

De acuerdo con Alcaraz (2017), el emprendedor es una persona con características muy particulares:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de los problemas.
- Realismo y autoconfianza.

- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Asimismo, hay otras características del emprendedor que, sumadas a las anteriores, le facilitan, no solo emprender, sino también hacerlo con éxito:

- Creatividad e innovación.
- Confianza en sí mismo.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación al riesgo.

Los investigadores coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de los individuos. Sin embargo, no todas las personas que emprenden son iguales, ya que, si fuera así, no tendríamos esa diversidad creativa que surge día a día. Por ello, podemos encontrar diferentes tipos de emprendedores según el perfil que posean y cómo se enfrentan a la realidad que se le presenta delante (Alcaraz, 2017).

Según Alcaraz (2017), las características del emprendedor son comportamientos que pueden ser cambiados y aprendidos convirtiendo al hombre en una persona con una personalidad muy particular.

2.2.1.6. Tipos de emprendedores.

Alcaraz (2017), divide a los emprendedores en 5 tipos de personalidades:

- El emprendedor administrativo: Utiliza la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas para hacer las cosas
- El emprendedor oportunista: Está en búsqueda constante de oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo: Innova constantemente, lo cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El emprendedor incubador: Crea pequeñas empresas que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador: A partir de elementos básicos existentes, genera sus procesos de innovación mediante la mejora de ellos.

Finalmente, la idea emprendedora hay que realizarla, es decir, hay que pasar del dicho al hecho.

2.2.2. Capacidad de crear empresas.

Desde la familia, considerada como la empresa más primitiva, pasando por las empresas recaudadoras romanas hasta la actualidad, el concepto de empresa ha evolucionado según el momento histórico y las necesidades sociales.

Gartner (1989) distingue cuatro procesos de análisis o enfoques que inciden en la creación de empresas en el tiempo: los individuos, personas involucradas en la creación e inicio de la nueva organización; las actividades emprendidas por estos individuos durante el proceso de creación; el entorno que rodea e influye a la nueva empresa; la organización y la estrategia de la nueva empresa. Este autor describe el fenómeno de creación de empresas como un

fenómeno multidimensional en el que interactúan las diferentes perspectivas anteriormente descritas tal como se muestra en la figura 1.

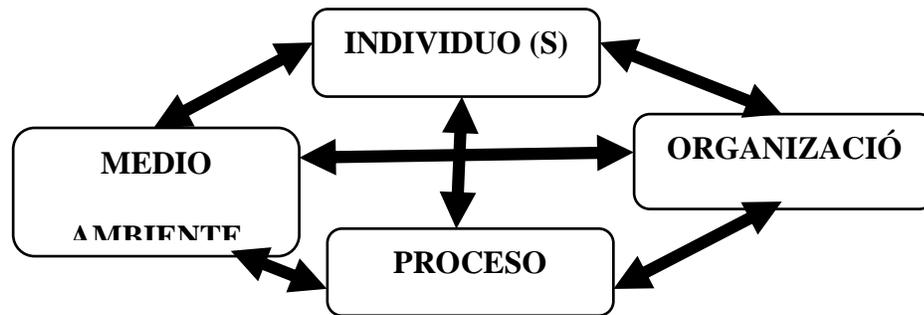


Figura 1. Esquema para creación de nueva empresa.

La elaboración de nuevas empresas es un procedimiento que no todo el mundo está preparado a enfrentar debido a los diversos riesgos y barreras que impiden la obtención de una exitosa culminación. No obstante, las personas están dotadas de habilidades o capacidades para comenzar acciones o actividades que les ayuden a sustentar su vida, desarrollarse y conseguir niveles de mayor bienestar y que, por lo tanto, motiva a tomar ese tipo de riesgos.

Asimismo, Stripeikis (2008) afirma que el desarrollo de la capacidad emprendedora estimula importantes beneficios económicos y sociales. Por consiguiente, el espíritu emprendedor no solo es una fuerza impulsora para la creación de empleo, la competitividad y el crecimiento, sino que también contribuye a la realización personal y el logro de los objetivos sociales.

También, Kihlstrom y Laffont (1979) realizaron estudios de emprendimiento, los cuales plantean que una persona puede optar entre ser empleado o emprender un negocio mediante una elección racional sobre la base de la utilidad pues su objetivo es maximizarla. Por lo tanto, las personas se pueden diferenciar mediante su actitud ante el riesgo empleando el coeficiente de medición absoluta de aversión – riesgo, lo que implica que detrás de cada empresa, existe un emprendedor que es más o menos adverso al riesgo y que maximiza la decisión entre percibir un ingreso seguro como un empleado o emprender un negocio con ganancias sujetas a incertidumbre. Según Anyakoha (2006), el emprendedor es quien elige o asume riesgos, identifica oportunidades de negocio, reúne recursos, inicia las acciones y establece una organización o empresa para satisfacer dicha demanda o una oportunidad de mercado. Esta definición muestra que el emprendedor se ve como un individuo independiente, autosuficiente que está dispuesto a enfrentar cualquier cosa que surja como resultado de la decisión adoptada.

2.2.2.1. Creación de empresas y la función empresarial

El punto de partida para la creación de una empresa siempre es la idea y va de acuerdo a la oportunidad empresarial que está abocada a satisfacer una necesidad latente que el nuevo empresario desea satisfacer a través de la nueva empresa. No solo basta tener la idea, también son necesarios los factores de producción como los bienes materiales, inmateriales y humanos para el desarrollo y la explotación de la oportunidad empresarial; ver el mercado en donde va a operar la nueva empresa para luego elegir una estrategia que el empresario piensa adoptar para la combinación adecuada de los medios de producción y la forma de dirigirse a los consumidores o usuarios potenciales (Veciana, 2005). La función empresarial se apoya en dos pilares fundamentales:

2.2.2.1.1. Innovación

La innovación va muy unida a la función empresarial. Para economistas como Schumpeter (1967,) consiste en realizar nuevas combinaciones como la introducción de un nuevo bien o servicio, la introducción de un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento y la creación de una nueva forma de organización de la industria.

2.2.2.1.2. Asunción al riesgo

La creación de una nueva empresa, la adaptación de las empresas existentes a los cambios del entorno, la dirección del proceso de combinación y organización de factores, así como el ser creativo e innovador, suponen actuar en la incertidumbre. La incertidumbre implica riesgo (Veciana, 2005). Según Torres (1956), hay dos tipos de riesgos: el riesgo técnico y el riesgo económico. Esta función de asunción del riesgo inherente a la labor empresarial tiene como consecuencia que el empresario asuma el papel de responsable ante la sociedad de la economicidad del proceso de producción, poniendo como garantía de que sus actos serán acertados, su propio capital, su esfuerzo y la remuneración de su trabajo.

2.2.2.2. Perfil del empresario

2.2.2.2.1. Necesidad de independencia

Lo más sobresaliente de la personalidad de un empresario es que se resiste a someterse a una autoridad y su dificultad de trabajar en una estructura jerárquica propia de las organizaciones; de ahí su necesidad de huir de las figuras de autoridad en busca de independencia y autonomía (Collins & Moore, 1971), también el deseo de independencia está relacionado a la motivación de autorrealización personal, la posibilidad de poner en práctica las propias ideas, así como la de crear algo propio y el deseo de la libertad de decisión y acción (Veciana, 2005).

2.2.2.2.2. Infancia dura y comienzo difícil

Un argumento común en entrevistas a empresarios se refiere a una infancia difícil, la huida de la pobreza, huida de la inseguridad, muerte repentina, padres que se fueron o padres que fueron abandonados por el hijo (Collins & Moore, 1971) y otra característica es que, a temprana edad, ellos comenzaron a trabajar en una empresa familiar o fuera de casa. El comienzo de la mayoría de los que se han convertido en empresarios de éxito y renombre ha sido difícil y ha tenido lugar en situaciones precarias (Veciana, 2005).

2.2.2.2.3. Motivación de logro, energía personal y desarrollo de iniciativa

La motivación o necesidad de logro se define como una voluntad del ser humano de hacer lo mejor, de obtener éxito y alcanzar estándares de excelencia. La necesidad de logro se refleja en la alegría o tristeza de los resultados obtenidos. Generalmente una persona con necesidad de logros tiene el impulso de realizar tareas de alto riesgo y con un alto grado de dificultad, obteniendo satisfacción de haberlo logrado. Para él, el logro es un fin en sí mismo. Una persona con una baja necesidad de logro, a mayor esfuerzo exige mayores recompensas tangibles; por el contrario, la persona con elevada necesidad de logro, encuentra la recompensa en el éxito alcanzado en la realización de lo que hace (Genescá, 1977). La creación de una empresa nueva de cierto tamaño e importancia requiere, sin embargo, algo más que conocimiento de técnicas. Requiere una fuerza interna que pueda ser utilizada con maestría para vencer contratiempos y reveses, superar obstáculos aparentemente insalvables y un sinnúmero de dificultades que tiene que superar todo hombre que realiza un acto verdaderamente creativo (Collins & Moore, 1971).

2.2.2.2.4. *Control interno*

La motivación de logro está íntimamente relacionada con el control interno, la creencia de que la persona pueda ejercer algún tipo de control sobre los hechos y el entorno que lo rodea. Los individuos con control interno lucharán con más fuerza para conseguir logros personales que los que creen en el destino. Los empresarios tienen un control interno más elevado que los demás ya que el resultado de sus acciones depende de sus decisiones (Veciana, 2005).

2.2.2.2.5. *Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos*

El empresario asume grandes riesgos. Según los estudios, los empresarios fundadores de nuevas empresas tienen una mayor propensión al riesgo que los directivos (Veciana, 2005). La propensión al riesgo también ha servido para predecir la probabilidad de que un individuo se convierta en empresario independiente (Uusitalo, 2001), mientras Taylor (1996) comprobó que se reducía la probabilidad de ser empresario cuando la persona tenía seguridad en su puesto de trabajo.

Sin embargo, en general, se puede afirmar que el empresario más bien tiende a asumir riesgos moderados. No le gusta correr riesgos excesivos ni realizar tareas que no sean retadoras. Prefiere situaciones en las que pueda utilizar su juicio e ingenio para influir en el resultado de sus acciones, de forma que pueda tener la sensación de que el logro se debe a su esfuerzo y perspicacia personales (Veciana, 2005).

2.2.2.2.6. *Persona insatisfecha y marginada*

La insatisfacción suele ser una característica del empresario, siente la necesidad de fijarse cada vez en metas más ambiciosas; cuando no vive de acuerdo a su norma implacable, siente desosiego y sentimiento de culpa que intenta calmarlos con más actividad. Investigaciones concuerdan que el grado de insatisfacción de un empresario es mayor que los directivos en

todos los aspectos. También si una persona profesional no encuentra trabajo de acuerdo a sus estudios, se siente inseguro y amenazado, se siente forzado a tomar una decisión sobre su carrera y su futuro profesional y, en tales situaciones, surge la idea de creación de una empresa como una solución desesperada (Veciana, 2005).

2.2.2.2.7. Intuición, visión de futuro, obsesión y hombres de acción

El empresario es altamente intuitivo, lo que le permite identificar rápidamente relaciones entre problemas y sus soluciones alternativas o entre oportunidades y amenazas en medio de situaciones complejas y confusas. Una vez identificado un problema, empieza a trabajar en su solución con mayor rapidez que las demás personas que lo rodean, se siente cómodo y tolera la ambigüedad y la incertidumbre porque intuitivamente percibe orden en las situaciones que a las mentes analíticas se les aparecen como caos. El empresario piensa a largo plazo; su compromiso con la empresa que crea es, por lo general, como un matrimonio para toda la vida, o la considera como un hijo. El empresario tiene una enorme confianza en sí mismo para conseguir lo que se ha propuesto, no abandona fácilmente sus propósitos, la obsesión por su objetivo, le da la fuerzas para continuar, convierte su desasosiego y su impulso compulsivo a la actividad en acción efectiva, es hombre de acción. Aborda los problemas de manera inmediata y directa (Veciana, 2005).

2.2.2.2.8. Tolerancia de la ambigüedad y la incertidumbre

Los empresarios fundadores de nuevas empresas tienen una mayor tolerancia de la ambigüedad que los directivos o no fundadores. La tolerancia de la ambigüedad es característica de la persona creativa, ya que, lógicamente, la situación que rodea a un problema que requiere una solución creativa suele presentar tales circunstancias, y si no es capaz de tolerar un cierto grado de ambigüedad, difícilmente encontrará una solución al

problema. Tolerancia de la ambigüedad, intuición y creatividad están íntimamente relacionadas (Veciana, 2005).

2.2.2.2.9. Capacidad de aprender de la experiencia

El empresario demuestra una capacidad especial para aprender de la experiencia. Esta capacidad es el resultado conjunto de una serie de características ya comentadas, a saber: la capacidad de observación, la intuición, que le da una visión de las oportunidades y de los problemas; un énfasis en la acción y la experimentación; su propensión a emprender tareas retadoras y generalmente nuevas y, sobre todo, su interés y preocupación por la retroinformación (Veciana, 2005).

2.2.2.2.10. Nivel de formación

Durante las últimas décadas el nivel de formación de los empresarios ha ido en aumento, se dice que, de cada 4 nuevos empresarios, el 60% cursó estudios de nivel universitario, especialmente en ingeniería y administración de empresas. Las personas con un nivel de formación mayor que la población en general tienen más probabilidades de convertirse en empresarios independientes (Ritsilä & Tervo, 2002).

2.2.2.3. *Proceso de creación de una empresa*

Gasse y Tremblay (2007) realizaron una detallada investigación enfocada en la intención empresarial de estudiantes universitarios, así como una revisión de la teoría de la acción razonada y la conducta planeada de Ajzen y estudios basados en ella. Para convertirse en empresario, se necesita un cambio de estilo de vida y está limitado por dos percepciones básicas: percepción de deseabilidad y percepción de factibilidad que son afectadas por la cultura empresarial, sus valores, creencias, actitudes, aptitudes, habilidades, conocimientos, formas de actuar. Con todos estos elementos base desarrollaron un modelo conceptual, el

cual considera que el proceso empresarial es multivariado y que está afectado por la factibilidad y deseabilidad, además le añaden un tercer elemento al cual denominaron “creación”, que se relaciona al acopio de los recursos que permite convertir el sueño en realidad.

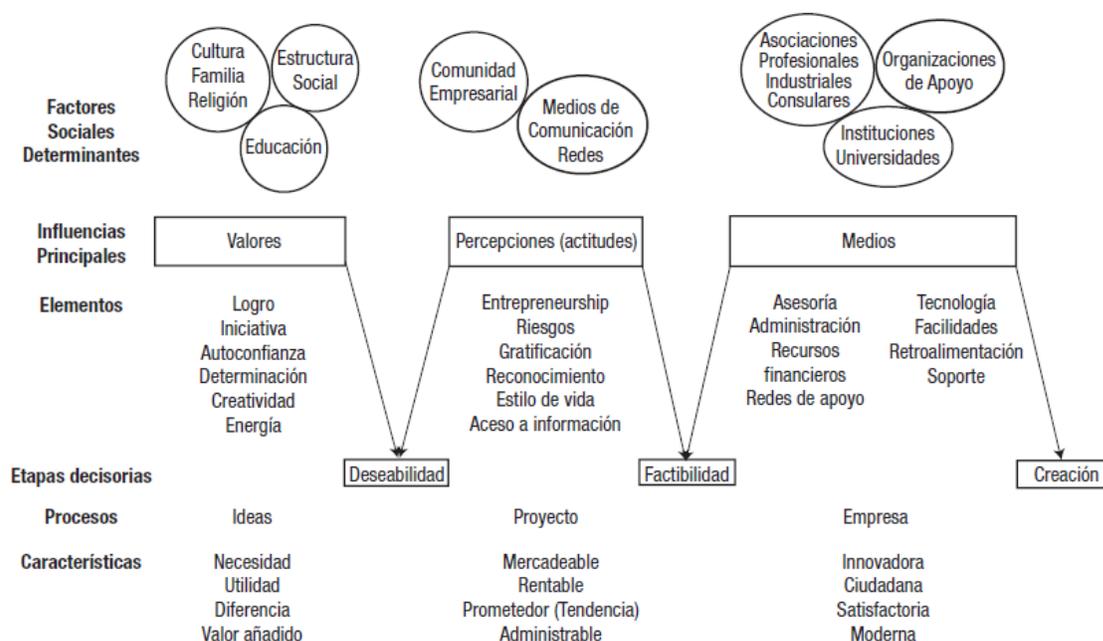


Figura 2. Modelo Gasse – Tremblay

Según Veciana (2005), el proceso de creación de una empresa comprende cuatro fases: Gestación, creación, lanzamiento y consolidación, que pueden ayudar a comprender no solo el proceso de creación de una empresa, sino también sus actividades, características y los principales problemas con que se encuentra el empresario a lo largo de tan tortuoso y retador camino.

2.2.2.3.1. Fase de gestación

Esta fase inicia con los antecedentes para la creación de la empresa. El empresario que decidió crear su propia empresa tuvo que estar obligado por las circunstancias o empresarios

que empezaron a trabajar a una edad muy temprana, acariciando la idea de tener su propia empresa: También se tienen dos vías de preparación profesional que nos llevan a la creación de una empresa. La preparación típica del profesional, llamada también escuela de empresarios, que tiene un plan de estudios desigual y el otro tipo de preparación, la de los empresarios técnicos, quienes consiguen créditos de acuerdo a los puestos de trabajo que han desarrollado. La organización incubadora puede ser una empresa, laboratorio o un instituto de investigación de la universidad, cuyo objetivo es hacer ver y convencer a los investigadores que se conviertan en empresarios, y ayudarles en la creación de la nueva empresa. Pero, en unos casos, aunque se esté incubando la idea desde algún tiempo, generalmente es un suceso disparador que supone una deterioración del rol actual el que desencadena el proceso de formación de una empresa como el desempleo, despido, falta de seguridad en el empleo (huida de la inseguridad), bloqueo de la promoción en su empresa o puesto actual, rechazo de ideas, nuevos productos, propuestas de cambio por parte de la dirección de la empresa en que se trabaja (Veciana, 2005).

2.2.2.3.2. Fase de creación

Inicia con la búsqueda e identificación de una oportunidad emprendedora. Si la idea no nace por alguna oportunidad en el mercado, carece de inconsistencia y soportes fundamentales. Económicamente, significa identificar una necesidad latente en el mercado o buscar un problema para darle una solución; también buscar clientes potenciales en busca de tu producto, adquirir los recursos necesarios para la producción de los bienes y servicios. El empresario deberá buscar fuentes de información de toda índole para conocer el mercado, la competencia, ayudas disponibles, proveedores, etc. Luego, tiene que evaluar la oportunidad empresarial, ¿Sabe el futuro empresario que realmente existe una necesidad a satisfacer por

su producto o servicio? ¿Tiene alguna evidencia de su existencia o solo es una idea personal desvinculada del mercado? ¿Cuáles son las fuerzas subyacentes y la laguna competitiva que producen la oportunidad? ¿Cuáles son las razones de su existencia? ¿Cuánto tiempo durarán previsiblemente? Una vez llegado aquí, conviene elaborar un plan de empresa donde se detalle: ¿qué oportunidad se quiere aprovechar?, ¿por qué se considera que existe tal oportunidad?, ¿cómo se piensa aprovechar?, ¿cuándo se va a realizar?, y ¿quién o quiénes son los promotores del proyecto? Termina con la creación formal de la empresa de acuerdo a la normativa vigente (Veciana, 2005).

2.2.2.3.3. Fase de lanzamiento o apertura

Inicia con la creación del equipo, sobre todo del equipo directivo, que ha de ayudar a constituir y a llevar a buen puerto la flamante empresa. Se deben buscar socios con formación y experiencia en el área de marketing y finanzas. La decisión de la localización de la nueva empresa, adquisición y organización de los medios que dependen de la concepción estratégica del negocio que debe estar reflejada en el Plan de Empresa. Además, el desarrollo del producto o servicio que ofrece la empresa, se debe tener en cuenta que la mayoría de las empresas nace con un pedido que le hacen al empresario, ya sea por un nuevo producto o la innovación y mejora del producto para que cumplan con las necesidades del mercado. Se tienen que buscar diferentes fuentes de financiamiento para la creación de las empresas, aunque esto demore varios meses debido a que las entidades de crédito o sociedades de capital de riesgo suelen examinar detenidamente el plan de empresa presentado, pedir referencias sobre el mismo y su equipo, analizar los aspectos técnicos del producto, la situación de la demanda y de la competencia (Veciana, 2005).

2.2.2.3.4. Fase de consolidación

A pesar de que el producto esté bien concebido, diseñado y fabricado y tenga buena aceptación inicial, suele haber reclamaciones o mejoras y modificaciones en algún aspecto, por lo que es conveniente la reorientación de la idea de la empresa y una redefinición de la estrategia. Este es el momento en que el empresario tiene que hacer frente a los plazos de devolución de los créditos a corto plazo, dar cara al incremento de ventas y el volumen de producción, hacer frente a los costos de elaboración de los productos cuando estos suben su valor más de lo previsto o a un socio desilusionado que desea abandonar el proyecto y retirar sus fondos, además se suman las quejas de la vida familiar, pero el genuino empresario vence. Hasta aquí, el empresario ha mantenido a flote la empresa y ha visto el trabajo de sus socios, por lo que llega el momento de ver la participación en la empresa o deshacerse de socios indeseables. Ahora el empresario tiene todo bajo control, y empieza la expansión y crecimiento, también nuevas formas de financiación y aparición de nuevos competidores y nuevos productos en el mercado (Veciana, 2005).

2.2.2.4. Dimensiones de la capacidad de crear empresas.

Las actividades que permiten llevar adelante el proceso de creación de una empresa son la automotivación, conocimientos y experiencias adquiridas, además de la influencia de la cultura y la institución donde se desenvuelve (Gartner, 1989). De igual forma, Gennero (2004) reconoce a la creación de empresas como un “proceso contextual” tomando en cuenta los diferentes elementos asociados a diferentes comportamientos en cada etapa de proceso de creación de empresa, además es importante tomar en cuenta los elementos que influyen en el proceso de creación de nuevas empresas para disminuir el número de fracasos de las mismas. En esa misma línea, Cardona et al. (2017) indican que crear una empresa es tan

importante ya que este se constituye como el motor de crecimiento y desarrollo económico transformando economías inestables en competitivas; sin embargo, también reconocen que no todos los planes de negocio llegan a ser exitosos, es por ello que es necesario implementar estrategias innovadoras para luego generar fuentes de empleo.

Se tomó en cuenta la investigación realizada por Radovich (2017), para definir las dimensiones de la capacidad de creación de empresas en esta investigación.

2.2.2.4.1. Conocimiento empresarial.

Conocimiento implícito: Es individual y subjetivo siendo de difícil difusión, codificación o formalización, podría ser el instinto de un comercial o una corazonada (Udiz, 2020).

Conocimiento explícito: Se puede extraer, difundir, clasificar y debe ser recompensado y valorado, es vital estimularlo y entrenarlo, es todo aquello transmisible, podrían ser las reglas de la empresa, los cursos para vendedores, procesos (Udiz, 2020).

Los emprendedores deben contar con los siguientes conocimientos primordiales:

a) Conocer el procedimiento para crear una nueva empresa, sus actividades, sus problemas, sus etapas, entre otros.

b) Conocer los sistemas empresariales tales como operaciones, finanzas, marketing, entre otros.

c) El sector o campo donde va a fundar su nueva empresa.

d) La capacidad directiva.

2.2.2.4.2. *Experiencia empresarial.*

Contar con experiencia laboral es un elemento determinante para fomentar aspiraciones profesionales en los estudiantes; puesto que, quienes cuentan con experiencia laboral, revelarán tener ideas empresariales propias en comparación a quienes nunca trabajaron, por lo tanto, la habilidad de emprender se forma en la fase anterior a la fundación de la empresa, así como en la experiencia personal y laboral (Radovich, 2017).

El resultado de una investigación sobre creación de empresas en Estados Unidos, concluyó que la mayoría de los estudiantes encuestados ya poseía experiencia previa, estos estudiantes percibieron un deseo por crear su propia empresa basado en sus vivencias laborales (Peterman y Kennedy, 2003)

2.2.2.4.3. *Motivación empresarial.*

Etimológicamente, la palabra motivación proviene del vocablo latín “motivus”, que significa movimiento, además está unida el sufijo “ción”, que está asociado a términos de acción, en este sentido, la motivación se establece como una serie de estímulos enfocados a conseguir en las personas una serie de acciones que le lleven a finalizar una actividad propuesta por su propia voluntad e interés (Radovich Gómez, 2017).

2.3.Marco Conceptual

2.3.1. Actitud emprendedora

Es no aceptar el statu quo, una actitud de querer cambiar las cosas. Es tener un espíritu de explorador, es una manera de ver el mundo, es preguntarse ¿Cómo podría ser mejor?, es la voluntad de contribuir tu propio proyecto. Ciertas inclinaciones de la actitud emprendedora son innatas, pero también se puede aprender. La persona con actitud emprendedora es, por lo general, curiosa por saber cómo funcionan los procesos, esa curiosidad le servirá como

soporte para futuros emprendimientos. El emprendedor, además, es proactivo que no espera recibir órdenes o apegarse a lo tradicional, sino que toma iniciativa, busca respuestas y lucha hasta encontrarlas. La responsabilidad, la perseverancia y la disciplina son características del emprendedor, hace sacrificios para mejorar su trabajo concentrándose en labores importantes para crear una sólida plataforma de negocios.

2.3.2. Capacidad de emprender

Es la capacidad de actuar con iniciativa y perseverancia, modificar la realidad siendo un agente de cambio, junto a los que lo rodean, aportando soluciones innovadoras a la empresa u organización. La capacidad de crear empresa se encuentra relacionada con la actitud positiva de las personas y su capacidad para poder asumir los riesgos. Es aquella persona decidida y con iniciativa para realizar acciones que son difíciles o implican algún riesgo. Además, sus actividades son novedosas de alguna manera que esto le lleva a crear un negocio o empresa.

Capítulo III

Metodología de la investigación

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es correlacional y de enfoque cuantitativo, es decir, la recolección de datos tiene como fin comprobar la hipótesis con base en la numeración numérica, se ha planteado un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación es correlacional porque pretende visualizar la relación o grado de asociación entre los diversos fenómenos. Es no experimental, pues no se manipularán las variables, sino que se analizarán según su contexto natural.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

En esta investigación, la población está conformada por los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín que son un total de 1790 estudiantes, como se detalla en la tabla 1.

Tabla 1
Institutos tecnológicos.

Nro	Institución	Carreras	Cantidad de Alumnos
1	Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Huallaga - Saposoa	Contabilidad Producción agropecuaria	225
2	Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Rioja	Enfermería técnica Industrias alimentarias Producción agropecuaria Secretariado ejecutivo Mecánica automotriz	418
3	Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Nor Oriental de la Selva - Banda de Shilcayo	Administración de recursos forestales Computación e informática Construcción civil Contabilidad Electrónica Electrotecnia Industrial Mecánica agrícola Mecánica automotriz Mecánica de producción Producción agropecuaria	711
4	Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Alto Mayo - Moyobamba	Contabilidad Computación e informática Enfermería técnica Producción agropecuaria	436
		Total de alumnos	1790

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Muestra

Se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones finitas (Mariela Torres et al., 2018), la cual se demuestra a continuación:

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

N = Tamaño de la población, p = proporción de la variable de interés, q = complemento de “p”, z = valor estadístico con un 99 % de nivel de confianza, e = margen de error, n = tamaño de muestra inicial

N = 1790
P = 0.50
Q = 0.50
z = 2.58
e = 0.029
n = 938.68

Factor de corrección

$$\frac{n_0}{N} = 52.44\%$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

n = 615.8

n = 616 tamaño de muestra

Cabe mencionar que este universo de muestra está conformado por las diferentes carreras académicas que ofrece cada instituto, tal como se muestra en la tabla 2, tomando en cuenta que dichas carreras tienen gran interés en el emprendimiento.

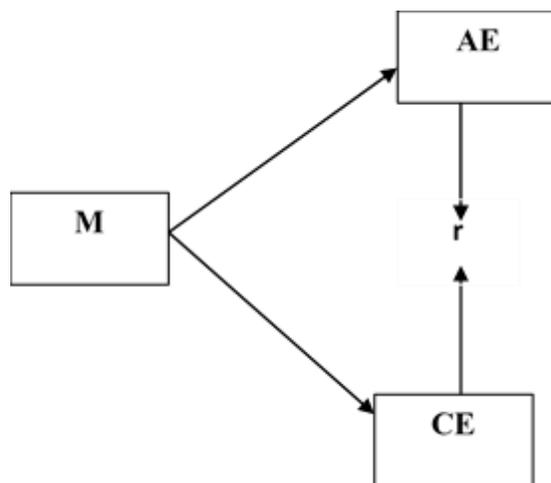


Figura 3. Muestra y relación de las variables

Donde:

M: Muestra

AE: Actitud emprendedora

CE: Capacidad de crear empresa

R: Relación

3.4.Hipótesis de estudio

3.4.1. Hipótesis general.

Existe relación significativa entre actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.

3.4.2. Hipótesis específicas.

- ✓ Existe relación significativa entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Existe relación significativa entre el control sobre los hechos y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Existe relación significativa entre la creación e innovación y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Existe relación significativa entre la predisposición al riesgo y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.
- ✓ Existe relación significativa entre la autoconfianza y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la región San Martín, 2020.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se obtuvo la información de los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos públicos de la Región San Martín, tomamos una muestra no probabilística y por conveniencia, considerando criterio de inclusión y exclusión (Vara-Horna, 2012), es así que se aplicó directa y personalmente los instrumentos de medición, elaborados en el formulario google y enviados desde mensajería WhatsApp y correos electrónicos a cada estudiante.

Para la obtención de la información se utilizó una encuesta de actitud emprendedora de acuerdo al modelo de Radovich (2017) que cuenta con un total de 20 preguntas en una escala de: nunca, algunas veces, a menudo, siempre, que cuenta con las siguientes dimensiones: necesidad de logro con 4 ítems, control sobre los hechos con 4 ítems, creación e innovación con 4 ítems, predisposición al riesgo con 4 ítems y autoconfianza con 4 ítems.

De igual manera, para medir la capacidad de creación de empresas, se utilizó una encuesta propuesta por Radovich (2017) que cuenta con un total de 21 preguntas en una escala de: nunca, algunas veces, a menudo, siempre, que cuenta con las siguientes dimensiones: conocimiento empresarial con 9 ítems, experiencia empresarial con 5 ítems y motivación empresarial con 7 ítems.

3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis comparativo de los datos estadísticos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 22 y el programa Microsoft office Excel 2010. Además, se empleó la estadística descriptiva e inferencial utilizando el análisis correlacional, con el propósito de describir los datos y las puntuaciones obtenidas por cada variable a través de diversas tablas de distribución de frecuencias y estadísticos de correlación de Spearman.

3.7. Validación de instrumentos

3.7.1. Validación estadística

Se realizó una prueba piloto antes de la recolección de datos, con el propósito de obtener información clara que ayude a mejorar la validez y confiabilidad del instrumento y detectar problemas en la validez de construcción, de contenido y de criterio. Sobre la forma de administración y calificación de la escala recomendados por autores en investigación

(Hernández, 2010), se aplicaron los instrumentos a un grupo de personas, con características similares a las de la investigación; dicha prueba y su respectivo análisis ayudó a mejorar el formato, la redacción, claridad y concisión de los ítems que integran el instrumento.

Posteriormente se procedió a la validación estadística del instrumento Actitud emprendedora mediante el análisis factorial (ver anexo 09) de ítem por ítem del test, y del instrumento Capacidad de crear empresas mediante el análisis factorial (ver anexo 10), así como a la validez y coeficiente de confiabilidad de dichos instrumentos, mediante el alfa de Crombach (ver anexo 11 y 12) que mide la consistencia interna arrojando un coeficiente total de 0.844 y 0.919 que son valorados como altos o consistentes. Los instrumentos, considerando su validez y confiabilidad, quedan expeditos para ser aplicados a la muestra.

3.7.2. Validación por juicio de expertos

Para validar el instrumento denominado Cuestionario sobre la actitud emprendedora y Capacidad de crear empresas, se solicitó el juicio de tres expertos relacionados al tema, se evaluaron la claridad, concisión y relevancia de los enunciados, tal como se muestra en los anexos 13 al 18.

Capítulo IV

Resultados y discusiones

4.1. Resultados

4.1.1. Análisis descriptivo de los participantes del estudio

En la tabla 2 se evidencia que la muestra en su mayoría estuvo conformada por estudiantes de la carrera técnica de producción agropecuaria (35.2%), esto se debe a que una de las principales actividades económicas de la región San Martín es la producción agropecuaria, los sanmartinenses se dedican a esta actividad y son ellos quienes tienen la necesidad de que sus productos puedan alcanzar un mejor rendimiento y calidad. El rango de edad predominante fue de 17 a 20 años (67.7), la relevancia de la edad enmarca en que estos jóvenes, culminado sus estudios secundarios, probablemente en su mayoría hijos de agricultores; desean obtener una carrera técnica en un corto tiempo (3 años), para luego buscar un sustento propio y, en varios casos, emprender un negocio o empresa generando fuentes de empleo directo e indirecto, que impulse el crecimiento económico y contribuya en gran medida a la formación de PBI del país. En este escenario, resalta la participación del varón (57,6%), ya que en la región San Martín, la población económicamente activa está conformado mayoritariamente por varones (INEI, 2019). En cuanto a los institutos de educación superior tecnológicos públicos de la región San Martín que tuvieron mayor participación fueron el de Rioja (24.2%) y Alto Mayo – Moyobamba (23.7%)., esto se debe a que dichos estudiantes mostraron mayor interés en participar apoyados por sus docentes y tutores.

Tabla 2
Descripción según género, edad, instituto superior tecnológico y carrera profesional de los participantes de estudio.

	fi	%
Género		
Hombre	355	57.6
Mujer	261	42.4
Edad		
17 al 20	417	67.7
21 al 25	146	23.7
26 a más	53	8.6
IESTP		
IESTP Alto Mayo - Moyobamba	146	23.7
IESTP DE Huallaga - Saposoa	130	21.1
IESTP de Rioja	149	24.2
IESTP Nor Oriental de la Selva	191	31
Carrera académica		
Administración de recursos forestales	40	6.5
Computación e informática	37	6
Construcción civil	14	2.3
Contabilidad	187	30.4
Electrónica Industrial	20	3.2
Industrias Alimentarias	29	4.7
Mecánica Agrícola	22	3.6
Mecánica Automotriz	49	8
Medio ambiente y recursos naturales	1	0.2
Producción Agropecuaria	217	35.2
Total	616	100

En la tabla 3 se observa la participación de los estudiantes de los institutos de educación superior tecnológico público de la Región San Martín según el sexo. En cuanto a la participación de los estudiantes varones del IESTP de Rioja (65. 1% hombres y 34.9 % mujeres), fue mayor en comparación con los demás institutos; por el contrario, en el IESTP Moyobamba (49.3% hombres y 50.7 % mujeres) se evidencia que las mujeres tuvieron mayor participación en comparación con los demás institutos; en el IEST Huallaga (50% hombres y 50% mujeres), la cantidad de participantes según género se dio por igual y; por último, el

IESTP Nor Oriental de la Selva (63.4 % hombres y 36.6% mujeres) el género predominante es el masculino. En lo referente a la edad, en los cuatro IESTP, el rango predominante es de 17 a 20 años.

Tabla 3
Distribución de los participantes según género y edad en cada instituto superior.

	IESTP Alto Mayo Moyobamba		IESTP de Huallaga		IESTP de Rioja		IESTP Nor Oriental de la Selva	
	n	%	n	%	n	%	n	%
<i>Género</i>								
Hombre	72	49.30%	65	50.00%	97	65.10%	121	63.40%
Mujer	74	50.70%	65	50.00%	52	34.90%	70	36.60%
<i>Edad</i>								
17 al 20	101	69.18%	67	51.54%	100	67.11%	149	78.01%
21 al 25	38	26.03%	36	27.69%	36	24.16%	36	18.85%
26 a más	7	4.79%	27	20.77%	13	8.72%	6	3.14%
	146	100%	130	100%	149	100%	191	100%

4.1.2. Análisis de los niveles de las variables estudiadas

Se realizó la baremación con el criterio de los percentiles, para las dos variables de estudio y sus dimensiones respectivas.

En la tabla 4, los participantes del estudio presentan un nivel medio (40.4%) de actitud emprendedora; asimismo, en las dimensiones necesidad de logro (44.6%) y autoconfianza (40.7%). Por otro lado, en las dimensiones control sobre los hechos (44%), creación e innovación (46.1%) y predisposición al riesgo (41.6%) en un nivel bajo.

Sin embargo, en la figura 4, al comparar los niveles de la variable Actitud emprendedora según IESTP, notamos que, en el nivel bajo, el instituto más predominante es el de Huallaga (36.15%); en el nivel medio sobresale el IESTP Alto Mayo – Moyobamba (43.84%); y en el nivel alto, el IESTP de Rioja (28.9%).

Tabla 4
Niveles de actitud emprendedora y sus dimensiones según su centro de estudio.

	IESTP Alto Mayo Moyobamba		IESTP DE Huallaga Saposoa		IESTP de Rioja		IESTP Nor Oriental de la Selva		Total (%)
	n	%	n	%	n	%	n	%	
	Actitud emprendedora								
Bajo	43	29.45%	47	36.15%	49	32.9%	63	32.98%	202 (32.8)
Medio	64	43.84%	52	40.00%	57	38.3%	76	39.79%	249 (40.4)
Alto	39	26.71%	31	23.85%	43	28.9%	52	27.23%	165 (26.8)
Necesidad del logro									
Bajo	40	27.40%	43	33.08%	53	35.6%	62	32.46%	198 (32.1)
Medio	67	45.89%	60	46.15%	61	40.9%	87	45.55%	275 (44.6)
Alto	39	26.71%	27	20.77%	35	23.5%	42	21.99%	143 (23.2)
Control sobre los hechos									
Bajo	63	43.15%	58	44.62%	59	39.6%	91	47.64%	271 (44.0)
Medio	46	31.51%	43	33.08%	48	32.2%	48	25.13%	185 (30.0)
Alto	37	25.34%	29	22.31%	42	28.2%	52	27.23%	160 (26.0)
Creación e Innovación									
Bajo	63	43.15%	68	52.31%	66	44.3%	87	45.55%	284 (46.1)
Medio	47	32.19%	38	29.23%	43	28.9%	51	26.70%	179 (29.1)
Alto	36	24.66%	24	18.46%	40	26.9%	53	27.75%	153 (24.8)
Predisposición al riesgo									
Bajo	65	44.52%	56	43.08%	67	45.0%	68	35.60%	256 (41.6)
Medio	36	24.66%	40	30.77%	43	28.9%	61	31.94%	180 (29.2)
Alto	45	30.82%	34	26.15%	39	26.2%	62	32.46%	180 (29.2)
Autoconfianza									
Bajo	47	32.19%	54	41.54%	56	37.6%	77	40.31%	234 (38.0)
Medio	65	44.52%	55	42.31%	61	40.9%	70	36.65%	251 (40.7)
Alto	34	23.29%	21	16.15%	32	21.5%	44	23.04%	131 (21.3)
Total	146	100%	130	100%	149	100%	191	100%	616 (100)

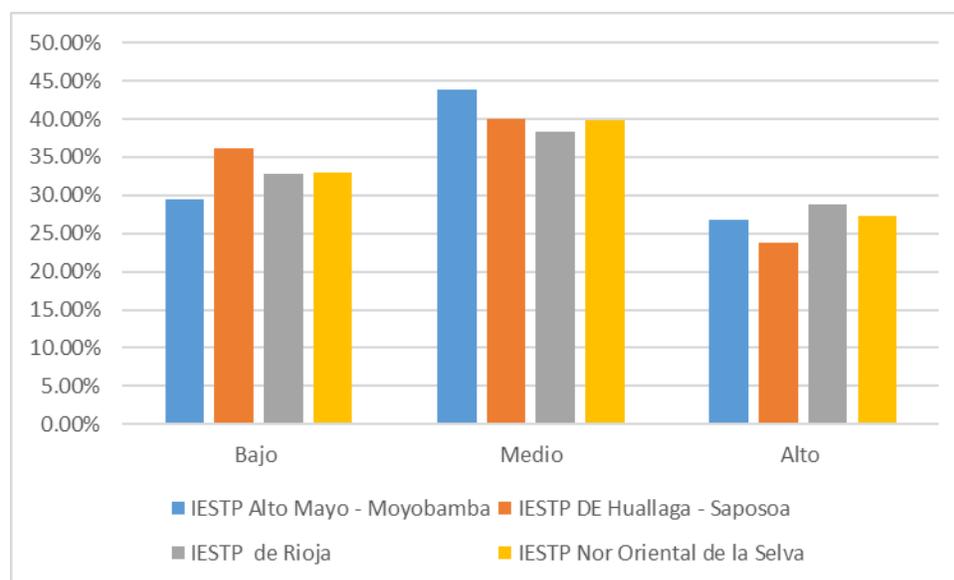


Figura 4. Niveles de actitud emprendedora según IESTP.

En la tabla 5, respecto a la variable Capacidad de crear empresa, los participantes presentan un nivel medio (39.3%), lo mismo ocurre con las dimensiones conocimiento empresarial (46.8%) y motivación empresarial (40.1%). Sin embargo, en la dimensión experiencia empresarial, los participantes presentan un nivel bajo (40.3%).

Por otro lado, en la figura 5, al comparar cada nivel de la variable Capacidad de crear empresa, se nota que, en el nivel bajo, el IESTP de Huallaga – Saposoa (40.77%) es el que prevalece; en el nivel medio, el IESTP Alto Mayo – Moyobamba (47.26%) es el predominante; Finalmente, en el nivel alto están cercanos, siendo el IESTP Huallaga Saposoa (30.77%) el que resalta por una leve diferencia.

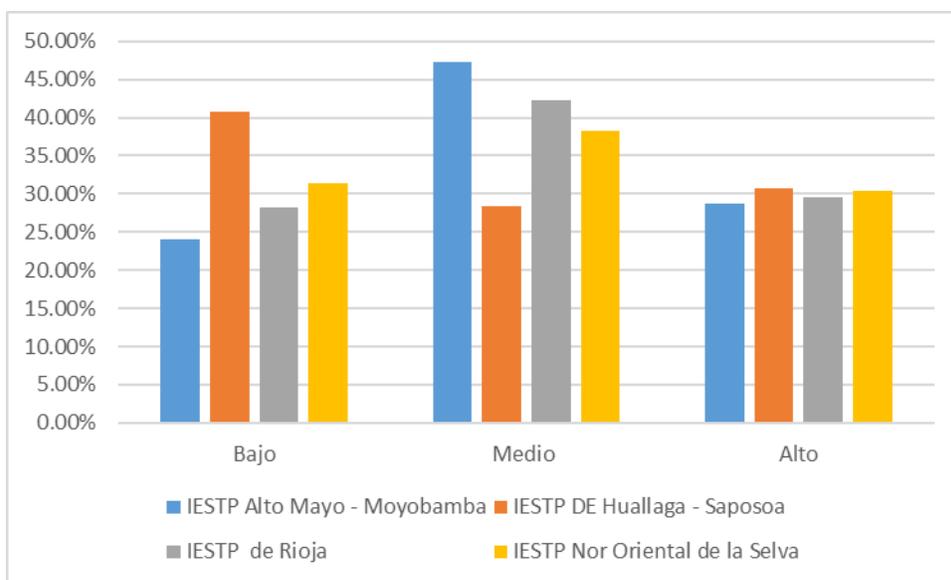


Figura 5. Niveles de capacidad de crear empresa según IESTP.

Tabla 5
Niveles de capacidad de crear empresa y sus dimensiones según su centro de estudio

4.1.3. Prueba de normalidad

Antes de elegir la prueba estadística que correlacione los resultados obtenidos, analizamos la normalidad de los datos; para ello, empleamos la prueba de Kolmogorov – Smirnov (K-S), planteándonos las siguientes hipótesis:

Ho: Los datos siguen una distribución normal ($p > =0.05$).

Ha: Los datos no siguen una distribución normal ($p < 0.05$).

Los resultados de la prueba los observamos en la tabla 6

Se observa también que en las dos variables y en cada una de sus dimensiones los datos no tienen una distribución normal, ya que $p < 0.05$; por lo tanto, concluimos que emplearemos la prueba no paramétrica de correlación de Spearman.

Tabla 6
Prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov de las variables de estudio

	K - S	gl	p
Actitud Emprendedora	0.033	616	0.158
Necesidad de logro	0.14	616	0
Control sobre los hechos	0.106	616	0
Creación e Innovación	0.13	616	0
Predisposición al riesgo	0.103	616	0
Autoconfianza	0.107	616	0
Capacidad de crear empresa	0.081	616	0
Conocimiento empresarial	0.093	616	0
Experiencia empresarial	0.102	616	0
Motivación Empresarial	0.119	616	0

4.1.4. Relación entre actitud emprendedora y capacidad de creación de empresas

En este apartado se realiza la prueba de hipótesis para verificar la correlación entre las variables estudiadas: Actitud emprendedora y Capacidad de crear empresa. Para ello empleamos la correlación de Spearman, planteándonos las siguientes hipótesis:

Ha: Existe relación significativa entre actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho \neq 0$).

Ho: No existe relación significativa entre actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho = 0$).

Criterio de decisión:

Si $p > 0.05$, se acepta Ho, por lo tanto, no existe correlación.

Si $p < 0.05$, se acepta Ha, por lo tanto, sí existe correlación.

En la tabla 7, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe una relación significativa entre actitud emprendedora y capacidad de crear empresa ($\rho = .636$, $p = 0.00$). Esto explica que los estudiantes de estos centros de estudio tienen una moderada dosis de emprendimiento, se ha podido observar que la gran mayoría de los estudiantes proviene de zonas rurales, de familias cuyos padres se dedican a la agricultura y comercio y estos, a la vez, imparten sus conocimientos empíricos de emprendimiento que ayuda a sus hijos a asumir un liderazgo visionario que asume riesgos y ver las oportunidades donde otros no la ven, Malagón (2003), llevándoles a tener una mayor capacidad de crear empresas.

Tabla 7

Correlación de Spearman de las variables de estudio

	N	ρ	p
Actitud emprendedora - Capacidad de crear empresa	616	0.636	0

4.1.5. Relación entre necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas

Nos planteamos las siguientes hipótesis:

Ha: Existe relación significativa entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho \neq 0$).

Ho: No existe relación significativa entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la región San Martín, 2020 ($\rho = 0$).

Criterio de decisión:

Si $p \geq 0.05$, se acepta Ho, por lo tanto, no existe correlación.

Si $p < 0.05$, se acepta Ha, por lo tanto, sí existe correlación.

En la tabla 8, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe relación significativa entre las dimensiones Necesidad de logro y Capacidad de crear empresa. La relación es moderada ($\rho = 0.54$, $p = 0.00$), lo cual indica que los estudiantes muestran necesidad de lograr objetivos en su vida como la de crear empresas. Esto a pesar de que en los institutos de educación superior tecnológico público de la Región San Martín no cuentan con un criterio de formación emprendedora; sin embargo, tienen ese impulso comportamental que conlleva al estudiante a insistir en tareas que implican un nivel superior, a realizar tareas

retadoras que requieran sus competencias para llegar a un éxito indiscutible (Espíritu y Sastre, 2011).

Tabla 8
Correlación de Spearman de las dimensiones Necesidad de logro y la Capacidad de crear empresa

	N	ρ	p
Necesidad de logro - Capacidad de crear empresa	616	0.54	0

4.1.6. Relación entre control sobre los hechos y capacidad de creación de empresas

Nos planteamos las siguientes hipótesis:

Ha: Existe relación significativa entre el control sobre los hechos y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho \neq 0$).

Ho: No existe relación significativa entre el control sobre los hechos y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la región San Martín, 2020 ($\rho = 0$).

En la tabla 9, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe relación significativa entre las dimensiones Control sobre los hechos y Capacidad de crear empresa ($\rho = 0.488$, $p = 0.00$). lo cual indica que, si los estudiantes de los IESTP de la Región San Martín poseen un elevado locus de control interno y saben que el control está en sus manos y no dependen del ambiente que los rodea, (Guedez 2003) tendrán, mayor capacidad de crear empresa y viceversa.

Tabla 9

Correlación de Spearman de las dimensiones Control sobre los hechos y la Capacidad de crear empresa

	N	ρ	p
Control sobre los hechos - Capacidad de crear empresa	616	0.488	0

4.1.7. Relación entre la creación e innovación y capacidad de creación de empresas

Nos planteamos las hipótesis:

Ha: Existe relación significativa entre la creación e innovación y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho \neq 0$).

Ho: Existe relación significativa entre la creación e innovación y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho = 0$).

En la tabla 10, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe relación significativa entre las dimensiones Creación e innovación y Capacidad de crear empresa ($\rho = 0.529$, $p = 0.00$). Esto nos lleva a la conclusión de que los estudiantes de los IESTP de la Región San Martín tienen capacidad de innovar ideas para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio que, luego, llevará a cabo mediante actividades de una manera diferente, (Robbins, 2004), para crear empresas.

Tabla 10

Correlación de Spearman de las dimensiones Creación e innovación y la Capacidad de crear empresa

	N	ρ	p
Creación e Innovación - Capacidad de crear empresa	616	0.529	0

4.1.8. Relación entre la predisposición al riesgo y capacidad de creación de empresas

Nos planteamos las hipótesis:

Ha: Existe relación significativa entre la predisposición al riesgo y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho \neq 0$).

Ho: Existe relación significativa entre la predisposición al riesgo y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho = 0$).

En la tabla 11, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe relación baja y significativa entre las dimensiones Predisposición al riesgo y Capacidad de crear empresa ($\rho = 0.376$, $p = 0.00$). Lo que indica que los encuestados frente al riesgo no se predispondrían al riesgo de crear una empresa. Esto se debería a que el grupo de participantes que son en su mayoría estudiantes de 17 a 20 años, aun no es consciente de la propensión al riesgo, como el de aprovechar las oportunidades en contextos inciertos (Espíritu y Sastre).

Tabla 11
Correlación de Spearman de las dimensiones Predisposición al riesgo y Capacidad de crear empresa

	N	ρ	p
Predisposición al riesgo - Capacidad de crear empresa	616	0.376	0

4.1.9. Relación entre la autoconfianza y capacidad de creación de empresas

Nos planteamos las siguientes hipótesis:

Ha: Existe relación significativa entre la autoconfianza y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho \neq 0$).

Ho: No existe relación significativa entre la autoconfianza y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020 ($\rho = 0$).

En la tabla 12, el coeficiente de correlación rho de Spearman indica que existe relación significativa entre la dimensión Autoconfianza y Capacidad de crear empresa ($\rho = 0.533$, $p = 0.00$). Esto significa que los participantes del estudio tienen buena autoestima y autoeficacia, tomando en cuenta que la primera es el juicio personal y valor que una persona tiene de sí mismo, y la segunda es la creencia de la capacidad o no para llevar a cabo actos que demandan una circunstancia, Páez y García (2011), factor que influye en su capacidad de crear empresas.

Tabla 12

Correlación de Spearman de las dimensiones Autoconfianza y Capacidad de crear empresa

	N	ρ	p
Autoconfianza - Capacidad de crear empresa	616	0.533	0

4.2. Discusión

El propósito de la presente investigación fue dar solución a la siguiente pregunta ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre actitud emprendedora y la capacidad de creación de

empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín? mediante un instrumento de evaluación que nos permitió lograr dichos objetivos. Una vez procesado los datos, se pudo comprobar que la actitud emprendedora de los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín tiene una relación significativa, directa y moderada ($\rho = 0.636$) con la capacidad de creación de empresas. Dicho de otra manera, a mayor confianza en sí mismo, la decisión de actuar con persistencia hasta hacerlo realidad, mayor será la capacidad de creación de empresas. Frente a lo mencionado, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, en lo referido a que existe una relación significativa entre actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín.

Estos resultados corroboran lo afirmado por Castillo (2018), quien llega a concluir que existe correlación positiva moderada entre resiliencia y la capacidad emprendedora y esta, a su vez, influye de forma positiva sobre el potencial emprendedor. Asimismo, lo dicho por Radovich (2017), quien también llegó a una conclusión satisfactoria obteniendo una alta relación entre las dos variables. En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar estos resultados, confirmamos que mientras mayor actitud emprendedora tenga un estudiante y que además esta sea fortalecida y encaminada correctamente en sus centros de estudio, mayor será su capacidad de crear empresas, mejorando su nivel económico y generando nuevos puestos de trabajo para, de esta manera, contribuir con el desarrollo económico de nuestro país.

En cuanto al primer objetivo específico, determinar la relación de la necesidad de logro de los estudiantes con la capacidad de creación de empresas, se corroboró que la necesidad

de logro tiene una relación significativa directa y moderada ($\rho = 0.54$) con la capacidad de creación de empresas. Esto implica que, a mayor impulso comportamental de hacer actividades retadoras que lleven a un éxito indiscutible, mayor será la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín. De esta manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Estos resultados coinciden con los de Cuellar (2019) los que concluyen que existe correlación significativa y positiva entre motivación de logro y autoeficacia ($\rho = 0,493$) en los estudiantes de Tecnología del vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle; por otro lado, Radovich (2017) concluyó que existe una relación ligeramente baja $+0,45$ entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de la carrera de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. En este contexto, se asiente que, a mayor necesidad de logro mayor capacidad de creación de empresas.

Para el segundo objetivo específico, determinar la relación entre el control sobre los hechos con la capacidad de creación de empresas, efectivamente existe una relación significativa directa y moderada ($\rho = 0.488$) entre ambas variables. Dicho de otro modo, a mayor creencia articulada con pronosticar y organizar el ámbito que lo rodea, mayor será la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, en otros términos, se confirma que, a mayor control sobre los hechos mayor será la capacidad de crear empresas.

En cuanto al tercer objetivo específico, determinar la relación entre creación e innovación y la capacidad de creación de empresas, se corroboró que efectivamente existe

una relación significativa directa y moderada ($\rho = 0.529$) entre ambas variables. Esto significa que, a mayor idea nueva o mejorar un producto, proceso o servicio, mayor será la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín. De esta manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna confirmando que a mayor creación e innovación mayor capacidad de crear empresas.

Para el cuarto objetivo específico, determinar la relación que existe entre la predisposición al riesgo con la capacidad de creación de empresas, se comprobó que existe una relación significativa directa entre ambas variables; sin embargo, esa relación es débil ($\rho = 0.376$). Esto implica que, a mayor propensión al riesgo, no será mayor la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín. Sin embargo, Radovich (2017) concluyó lo contrario, pues señaló que existe una relación significativa entre la dimensión predisposición al riesgo y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega de Lima. Esto se explica por el hecho de que la población sociodemográfica y la edad de los participantes difiere con los de nuestro estudio.

Finalmente, en cuanto al quinto objetivo específico que es determinar la relación entre la autoconfianza con la capacidad de creación de empresas, se comprobó que existe una relación significativa directa y moderada ($\rho = 0.533$). Dicho de otro modo, cuanto mayor seguridad tenga el individuo de enfrentar las posibles dificultades, mayor será la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, lo cual es corroborado por Radovich (2017) quien indica que existe una relación significativa buena de +0.57 entre la autoconfianza y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la

Vega. En tal sentido, se confirma que, a mayor autoconfianza mayor será la capacidad de crear empresas.

Capítulo V

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Los resultados muestran la existencia de una relación estadísticamente significativa directa y moderada ($\rho = 0.63$) entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín. Estos resultados indican que la gran mayoría de los estudiantes expresa actitudes de emprendimiento para crear empresas, esto se debe a que provienen de familias con padres agricultores y emprendedores innatos que luchan diariamente para tener una mejor calidad de vida sin mucho conocimiento científico en emprendimiento, los cuales transmiten a sus hijos esa actitud visionaria y una disposición proactiva frente a cualquier dificultad, los cuales son muy importantes en la formación de la actitud emprendedora. La formación académica que reciben en dichos centros es un aspecto importante en la actitud emprendedora.

Se determinó también la relación significativa directa y moderada ($\rho = 0.54$) entre la necesidad de logro con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020, lo cual indica que la mayoría de los estudiantes siente el deseo de probarse a sí mismos y tener la seguridad de triunfar, una actitud de enfrentar actividades retadoras y sentirse responsables de las mismas, con la probabilidad de convertirse en fundadores de sus propias empresas.

Seguidamente, se determinó la relación significativa directa y moderada ($\rho = 0.488$) entre el control sobre los hechos con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020. Esto evidencia que la

mayoría de los estudiantes percibe que sus acciones y resultados dependen de sus decisiones, lo que los lleva a tener éxito o fracaso en la creación de una empresa.

De igual forma, se determinó la relación significativa directa moderada ($\rho = 0.529$) entre la creación e innovación con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020. Estos resultados demuestran que la mayoría de los estudiantes percibe que puede generar ideas nuevas, desarrollando de una manera diferente para luego plasmarlo en nuevos productos, servicios y modelos de negocio.

También se demostró la relación significativa directa débil ($\rho = 0.376$) entre la predisposición al riesgo con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020. Estos resultados demuestran que la mayoría de los estudiantes percibe que tiene actitud para aprovechar las oportunidades en contextos inciertos que; sin embargo, por la edad que posee aún falta desarrollar dicha capacidad.

Finalmente, se demostró la relación significativa directa moderada ($\rho = 0.533$) entre la autoconfianza con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020. Se concluye que la mayoría de los estudiantes percibe que tiene capacidad para afrontar los desafíos que surgen día a día, con objetivos exigentes que estimule y aumente más su autoestima.

5.2.Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, se hacen las siguientes recomendaciones:

- De acuerdo a los resultados de la investigación, existe un capital humano que tiene deseos de emprender y formar su propio negocio, los institutos superiores tecnológicos deben crear estrategias, acciones que motiven a desarrollar y fortalecer las habilidades, actitudes y capacidades del emprendedor, darles las herramientas y conocimientos adecuados para entrar en el mundo del emprendimiento que desde ya es bastante competitivo.
- Se recomienda a los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, fomentar el espíritu empresarial, identificando las asignaturas relacionadas a negocios en las que se pueda transmitir las metodologías y herramientas para el fortalecimiento de espíritu emprendedor, así como reformular los cursos de liderazgo e innovación que no están siendo enfocadas para fortalecer sus capacidades.
- Los institutos superiores tecnológicos deben formar incubadora de empresas, las cuales se encargarían de evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado, proporcionando servicios de asesoría legal, desarrollar planes de mercadotecnia y ventas e incluso, aportar un espacio físico, equipo, logística y acceso a financiamiento y capital semilla.

- Se recomienda que tanto el estado como los docentes y empresarios trabajen conjuntamente para formar desde temprana edad a los futuros emprendedores, y que estas la vez contribuyan con el desarrollo económico de nuestros pueblos.
- Para posteriores investigaciones ampliar el estudio en otras instituciones de nivel superior con poblaciones más grandes; también realizar estudios con una metodología mixta con el fin de tener una visión más completa sobre las variables en mención, teniendo en cuenta la edad de los participantes.
- Cabe la posibilidad de que los instrumentos de la presente investigación puedan ser aplicados en otras instituciones superiores en carreras afines al emprendimiento y en diferentes regiones del Perú, ya que ello podría contribuir a estandarizar los resultados alcanzados en la presente investigación.

Referencias

- Águila Aravena, P. M. (2019). *Estudio y validación de los modelos de intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Técnica Federico Santa María y la Universidad Adolfo Ibáñez (tesis de licenciatura)* [Universidad Técnica Federico Santa María, Chile]. <https://hdl.handle.net/11673/47445>
- Alarcón, G. (2017). Relaciones interpersonales y actitud emprendedora en estudiantes de tercero de secundaria, red 10, Callao 2017. *Universidad César Vallejo*, 1–151.
- Alcaraz, R. (2017). El emprendedor de éxito. In *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* (Vol. 5, Issue 9). <https://doi.org/10.29057/icea.v5i9.2099>
- Anyakoha, U. (2006). *Practical tips for economic empowerment and survival*. APP Express.
- Blackman, A. J. (2003). Entrepreneurs: Interrelationships between their characteristics, values, expectations, management practices and SME performance (tesis doctoral) [Griffith university]. In *Griffith university*. <https://doi.org/https://doi.org/10.25904/1912/2595>
- Burgos Chávez, S. V. (2010). *Motivación de logro y actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima, 2019 (tesis de maestría)* [Universidad Peruana Unión, Perú]. [papers2://publication/uuid/45D7E632-B571-4218-9E47-8B4457FEA9D3](https://publication.uuid/45D7E632-B571-4218-9E47-8B4457FEA9D3)
- Cardona Arbeláez, D., Montenegro Rada, A., & Hernández Palma, H. G. (2017). Creación de Empresa como Pilar para el Desarrollo Social e Integral de la Región Caribe en Colombia: Apuntes Críticos. *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 130–139.

<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.698>

Carlo Martínez, C. C. (2017). *La Intención Emprendedora: Un Estudio Transcultural entre República Dominicana y España* (tesis doctoral) [Universidad de Murcia, España]. In *All rights reserved. IJES* (Issue 4). <http://nadir.uc3m.es/alejandro/phd/thesisFinal.pdf%5Cnhttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Universidad+de+murcia#0>

Casique Guerrero, A., & López Chanez, F. J. (2007). El locus de control. *Revista Panorama Administrativo*, 1(21), 12–14.

Castillo Rosario, L. Y. (2018). *Capacidad emprendedora y resiliencia como factores influyentes sobre el potencial emprendedor empresarial en estudiantes de ciencias administrativas y recursos humanos de una universidad privada de Lima (tesis de maestría)* [Universidad de San Martín de Porres]. <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4361>

Collins, O. F., & Moore, D. G. (1971). *The enterprising man*. MSU Business Studies.

Cuellar Bernable, Z. S. (2019). *La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle* (tesis de maestría). [http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2491/TD_CE_1943_S1 - Salazar Llerena.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2491/TD_CE_1943_S1_-_Salazar_Llerena.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

De Pablo, I., Santos, B., & Bueno, Y. (2004). Las dimensiones del perfil del emprendedor: Contraste empírico con emprendedores de éxito. *El Emprendedor Innovador y La Creación de Empresas de I+D+I*, 813–830.

Drucker, P. (1994). *La innovación y el empresario innovador: La práctica y los principios* (1ª ed., Vol. 1982). Ediciones Apóstrofe, S.L.

Duarte Suarez, D. (2017). *Análisis de la actitud emprendedora de los estudiantes del programa de contaduría pública de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña (tesis de licenciatura)* [Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia].

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/2290/1/32100.pdf>

Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opcion*, 31(77), 200–215.

Espíritu Olmos, R., & Sastre Castillo, M. Á. (2011). *Factores Explicativos Sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España*. August 2016.

https://www.researchgate.net/profile/Roberto_Olmos/publication/38320122_Factores_explicativos_sobre_la_actitud_emprendedora_de_los_estudiantes_universitarios_de_la_comunidad_de_Madrid_Espaa/links/541481860cf2fa878ad3e99f.pdf

Falcone Treniño, G. F., Jiménez Galán, J. L., Tnajero Mallozzi, Z. L., & Serna Hinojosa, J. A. (2016). Emprendimiento social en México. *ISSN: 2448-5101 Año 2 Número 1*, 399–437. [http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/399-437 - Emprendimiento Social en M,xico.pdf](http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/399-437-Emprendimiento_Social_en_M,xico.pdf)

Gartner, W. B. (1989). Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, July. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>

- Gasse, Y., & Tremblay, M. (2007). L'impact des antécédents sur les perceptions, attitudes et intentions des étudiants collégiaux et universitaires à l'égard de l'entrepreneuriat. *XVIème Conférence Internationale de Management Stratégique*, 6–9. <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/7-xvieme-conference-de-l-aims/communications/2057-limpact-des-antecedents-sur-les-perceptions-attitudes-et-intentions-des-etudiants-collegiaux-et-universitaires-a-legard-de-lentrepreneuriat/download>
- Genescá, E. (1977). *Motivación y enriquecimiento del trabajo: sus repercusiones sobre la productividad* (E. H. Europea (ed.)).
- Gennero de Rearte, A. (2004). *El proceso de creación de empresas: Factores determinantes y deferencias espaciales*. <http://nulan.mdp.edu.ar/692/1/00196.pdf>
- Guedez, V. (2003). *Aprende a emprender*. Planeta.
- Hidalgo Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas*, 15(1), 46–50.
- Hisrich, R. D., & Kearney, C. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. SAGE Publications. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=xDh1AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=YMpwa0zRhC&sig=PmptFGXtck_KIZYzNK7sWneLZK8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- INEI. (2019). Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingresos por Departamento, 2007-2018. *Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)*, 578. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1678/libro.pdf

- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J.-J. (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719–748. <https://doi.org/10.1086/260790>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Academy of Management Review. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Malagón Malagón, F. A. (2003). ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas? *REVISTA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS*, 48, 72–81. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/download/251/242/>
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, 383, 23–30. <https://doi.org/10.15174/au.2014.701>
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). *Corporate Entrepreneurship and Innovation* (J. Calhoun (ed.); Third edit). South Western. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=oeY8AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&ots=4qpjx5QFZf&sig=DSlGeHG2LmXdXnGWQ9HtPbITcO4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Organización Internacional del Trabajo. (2019). Panorama Laboral 2019: América Latina y el Caribe. *Panorama Laboral America Latina y El Caribe 2015*, 152. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_732198.pdf
- Osorio Tinoco, F. F., & Pereira Laverde, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: Una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administracion*, 24(43), 13–33.

- Páez, D., & García, J. (2011). An Approximation to the characteristics of the professional entrepreneur in the Entrepreneurship Unit of Universidad Nacional de Colombia. *Revista EAN*, 71, 52–69.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 129–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. *Evoluciones Emprendedores UNAB*, 53(9), 1–45.
- Radovich Gómez, J. L. (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega (tesis de maestría)*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú.
- Ritsilä, J., & Tervo, H. (2002). Effects of unemployment on new firm formation: Micro-level panel data evidence from Finland. *Small Business Economics*, 19(1), 31–40. <https://doi.org/10.1023/A:1015734424259>
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional, 10a. ed. In *Pearson Educación de México, S.A.*
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Keith Hunt, H. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Baylor University, September*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Schumpeter, J. A. (1967). Teoría del desenvolvimiento económico. In *Teoria del desenvolvimiento economico* (Cuarta edi). Fonde de cultura económica.

- Shah, R., Gao, Z., & Mittal, H. (2015). *Chapter 10 - Entrepreneurship* (R. Shah, Z. Gao, & H. B. T.-I. Mittal Entrepreneurship, and the Economy in the US, China, and India (eds.); pp. 183–190). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-801890-3.00010-1>
- Stripeikis, O. (2008). *Antrepreneriškumo formavimas Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo įmonėse*. 15(15), 165–174.
- Taylor, M. p. (1996). *Ingresos, independencia o desempleo: ¿Por qué convertirse en trabajador autónomo?* Oxford Bulletin of Economics and Statistics.
- Torres, Manuel. (1956). *Juicio de la Actual Política Económica Española* (Aguilar (ed.)).
- Torres, Mariela, Paz, K., & Salazar, F. (2018). Tamaño de la muestra para una investigación de mercado. *Boletín Económico Universidad Rafael Landívar*, 02, 1–13.
- Troya Palomino, D. (2017). *Estilos de aprendizaje y su relación con la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2017 (tesis de maestría)* (Vol. 3). http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/683/Joel_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Udiz, G. (2020, June 27). *BLOG DEL INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL : ¿QUÉ ES EL “CONOCIMIENTO EMPRESARIAL”?* ¿QUÉ ES EL “CONOCIMIENTO EMPRESARIAL”? <https://pedrorubiodominguez.blogspot.com/2020/06/que-es-el-conocimiento-empresarial.html>
- Uusitalo, R. (2001). Homo enteprenaurus? *Applied Economics*, 33(13), 1631–1638. <https://doi.org/10.1080/00036840010015778>

- Vara-Horna, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa* (Tercera ed, Issue 1). Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TEISIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentación.pdf>
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas Un enfoque gerencial, Colección Estudios Econòmicos, La Caixa, Colección Estudios Económicos*. la Caixa.
- Vesga, R. (2009). Emprendimiento e Innovacion en Colombia. *Universidad de Los Andes*, 1–16. <http://medcontent.metapress.com/index/A65RM03P4874243N.pdf>
- World Intellectual Property Organization. (2019). *The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives - The Futures of Medical Innovation*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf

Anexos

Anexo 01. Matriz instrumental.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Actitud emprendedora.	Necesidad de logro.	Emocionarse por lograr.	A = Nunca B = A menudo C = Algunas veces D = Siempre	Institutos superiores tecnológicos de Tarapoto
		Analizar logros futuros.		
		Lograr cosas en equipo.		
		Relacionarse para el logro.		
	Control sobre los hechos.	Aprender de sus debilidades.		
		Depender de sí mismo.		
		Fuerza de voluntad.		
		Influenciar grupos.		
	Creación e innovación.	Crear oportunidades.		
		Tener ideas estimuladoras		
		Motivarse con cosas nuevas.		
		Buscar enfoques nuevos.		
	Predisposición al riesgo.	Arriesgarse durante el cambio.		
		Arriesgarse por independencia.		

		Arriesgarse para progresar.		
		Arriesgarse para aprender.		
	Autoconfianza.	Seguridad para relacionarse.		
	Seguridad de sus actitudes.			
	Seguridad de conocimientos.			
	Seguridad de su intelecto.			
Capacidad de creación de empresas.	Conocimiento empresarial	Proceso de creación de la empresa.	A = Nunca B = A menudo C = Algunas veces D = Siempre	Institutos superiores tecnológicos de Tarapoto
		Elección del campo o sector.		
		Toma de decisiones.		
		Creatividad e innovación.		
		Planificación de procesos.		
		Delegar.		
		Comunicación y negociación.		
		Liderazgo y motivación.		
		Inversión.		

	Experiencia empresarial	Genera una idea de negocio.		
		Genera deseo de aplicación.		
		Genera ideas para el futuro.		
		Genera desarrollo de actitudes.		
		Genera mejoramiento.		
	Motivación empresarial	Motivación por practicar ideas.		
		Motivación por las utilidades.		
		Motivación por autoemplearse.		
		Motivación ante la adversidad.		
		Motivación de la insatisfacción.		
		Motivación del fracaso.		
		Motivación de independencia.		

Anexo 02. Matriz de consistencia.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el nivel de relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cuál es el nivel de relación entre la necesidad de logro con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?</p> <p>b) ¿Cuál es el nivel de relación entre el control sobre los hechos con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?</p> <p>c) ¿Cuál es el nivel de relación entre la creación e innovación con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?</p> <p>d) ¿Cuál es el nivel de relación entre la predisposición al riesgo con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Demostrar la relación entre la necesidad de logro con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>b) Demostrar la relación entre el control sobre los hechos con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>c) Demostrar la relación entre la creación e innovación con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>d) Demostrar la relación entre la predisposición al riesgo con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>H_G Existe relación significativa entre actitud emprendedora y la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>H₁ Existe una relación significativa entre la necesidad de logro con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>H₂ Existe una relación significativa entre el control sobre los hechos con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>H₃ Existe una relación significativa entre la creación e innovación con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>H₄ Existe una relación significativa entre la predisposición al riesgo con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores</p>	<p>Variable X:</p> <p>Actitud emprendedora</p> <p>Variable Y:</p> <p>Capacidad de creación de empresas</p> <p>Variables intervinientes:</p> <p>a) Edad</p> <p>b) Sexo</p> <p>c) Carrera</p> <p>d) Ciclo académico.</p> <p>e) Instituto superior</p>

<p>institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?</p> <p>e) ¿Cuál es el nivel de relación entre la autoconfianza con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020?</p>	<p>e) Demostrar la relación entre la autoconfianza con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p>	<p>tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p> <p>H4 Existe una relación significativa entre la autoconfianza con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020.</p>	
DIMENSIONES	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS
<p>Actitud emprendedora:</p>	<p>Población:</p>	<p>Enfoque de la investigación:</p>	<p>Técnicas de recolección de datos</p> <p>Se utilizará la técnica de la encuesta.</p> <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario 1. - Cuestionario 2. <p>Tratamiento estadístico</p> <p>Se usará la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, el coeficiente de correlación de Spearman y la información será procesada por el programa SPSS.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de logro. - Control sobre los hechos. - Creación e innovación. - Predisposición al riesgo. - Autoconfianza. 	<p>institutos superiores tecnológicos de Tarapoto</p>	<p>La investigación es de tipo básico. El enfoque de la investigación es cuantitativo.</p> <p>Diseño de investigación:</p>	
<p>Capacidad de crear de empresas:</p>	<p>Muestra:</p>	<p>Se utilizará el diseño no experimental: Transversal - correlacional.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento empresarial. - Experiencia empresarial. - Motivación empresarial. 	<p>Se realizará la muestra con un método de muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple.</p>		

Anexo 03. Cuestionario de actitud Emprendedora

Estimado estudiante, a continuación, se presentará el cuestionario 1 que tiene como propósito determinar el nivel de desarrollo de sus actitudes emprendedoras. Para cada pregunta seleccione una alternativa que mejor describa el nivel de desarrollo de sus actitudes emprendedoras, responda tan honestamente como pueda. Sus respuestas se mantendrán confidenciales.

A - nunca B - algunas veces C - a menudo D - siempre

Para cada pregunta, usted debe elegir solo una respuesta y marcar en ella.

DIMENSIONES / ITEMS	VALORACIÓN			
D1: NECESIDAD DE LOGRO				
1) Me enorgullezco de cada uno de los resultados que he logrado en mis actividades habituales.	A	B	C	D
2) Paso una considerable parte de mi trabajo analizando las necesidades futuras de mi negocio antes de asignar cualquier recurso.	A	B	C	D
3) Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco estén entre las mejores.	A	B	C	D
4) Hago amistad con personas que me puedan ser útiles para alcanzar mis objetivos.	A	B	C	D
D2: CONTROL SOBRE LOS HECHOS				
5) Cuando algo me afecta aprendo todo lo que puedo sobre aquello para que no me afecte en otra oportunidad.	A	B	C	D
6) Las oportunidades de negocio de las que puedo sacar provecho son aquellas que yo mismo he generado.	A	B	C	D
7) Tengo la idea fija que el entorno social y económico no va afectar mi éxito en los negocios.	A	B	C	D
8) Cada vez que me reúno con diversas personas termino asumiendo la posición de líder.	A	B	C	D
D3: CREACION E INNOVACION				
9) Para tener éxito en un negocio debo dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.	A	B	C	D
10) Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.	A	B	C	D
11) Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales en los trabajos que tengo que realizar.	A	B	C	D
12) Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas.	A	B	C	D
D4: PREDISPOSICION AL RIESGO				
13) Suelo trabajar dónde hay mucha incertidumbre que no haya estabilidad y que sea impredecible.	A	B	C	D
14) Estar auto empleado no implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	A	B	C	D
15) Me siento que si no asumo riesgos me quedo estancado.	A	B	C	D
16) Estoy dispuesto a afrontar el fracaso en mi empresa con tal de ampliar mis horizontes.	A	B	C	D
D5: AUTOCONFIANZA				
17) Siento que la gente con éxito se relaciona igual que yo en reuniones de negocios.	A	B	C	D
18) Me siento seguro de mis propias actitudes cuando tengo diversas responsabilidades en los negocios.	A	B	C	D
19) Estoy seguro que puedo impresionar a las personas con las que trabajo con mis conocimientos.	A	B	C	D
20) Me siento competente intelectualmente en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	A	B	C	D

Anexo 04. Cuestionario de Capacidad de crear empresa

Estimado estudiante, a continuación, se presentará el cuestionario 2 que tiene como propósito determinar el nivel de su capacidad de creación de empresas. Para cada pregunta seleccione una alternativa que mejor describa el nivel de desarrollo de sus actitudes emprendedoras, responda tan honestamente como pueda. Sus respuestas se mantendrán confidenciales.

A - nunca B - algunas veces C - a menudo D - siempre

Para cada pregunta, usted debe elegir solo una respuesta y marcar en ella.

DIMENSIONES / ITEMS	VALORACIÓN			
D1: CONOCIMIENTO EMPRESARIAL				
1) Siento que conozco el proceso que debo realizar para la creación de una nueva empresa.	A	B	C	D
2) Siento que conozco como elegir adecuadamente el campo o sector en el cual voy a crear mi nueva empresa.	A	B	C	D
3) Me siento capacitado para tomar decisiones estratégicas, en situaciones de ambigüedad e incertidumbre.	A	B	C	D
4) Me siento capacitado para crear e innovar en los diferentes procesos productivos de la empresa.	A	B	C	D
5) Me siento capacitado para realizar los diversos planes necesarios en la empresa.	A	B	C	D
6) Me siento capacitado para delegar decisiones a otras personas en las áreas de ventas, operaciones, finanzas, etc.	A	B	C	D
7) Me siento capacitado para comunicar y negociar los diferentes asuntos en la empresa.	A	B	C	D
8) Me siento capacitado para liderar y motivar el equipo humano que integra la empresa.	A	B	C	D
9) Siento que poseo los conocimientos necesarios como para invertir todo mi dinero en una empresa.	A	B	C	D
D2: EXPERIENCIA EMPRESARIAL				
10) Cada vez que he tenido una experiencia laboral, esta me ha dado una idea de negocios para crear una nueva empresa.	A	B	C	D
11) Me siento con la capacidad de aprender de las experiencias previas para aplicarlas luego de la creación de mi empresa.	A	B	C	D
12) Tengo una idea clara de lo que quiero realizar en el futuro luego de haber sido parte de una experiencia laboral.	A	B	C	D
13) Las experiencias laborales me permitieron desarrollar las actitudes necesarias para sacar adelante una empresa.	A	B	C	D
14) Las experiencias laborales me ayudaron a entender que en mi empresa yo puedo hacer las cosas mejor que lo que hacían mis anteriores jefes.	A	B	C	D
D3: MOTIVACION EMPRESARIAL				
15) Poner en práctica mis ideas contribuyendo con la sociedad, es algo que me motiva.	A	B	C	D
16) Tengo la idea fija de que las utilidades de mi propia empresa son más atractivas que los sueldos de empleado.	A	B	C	D
17) Siento que es más seguro tener una empresa para auto emplearme, que estar buscando alguien que me emplee.	A	B	C	D
18) Me parece que cuanto más complicada ha sido mi vida, mayores ganas de triunfar tengo.	A	B	C	D
19) Trato de estar insatisfecho con los resultados, porque esto me motiva a lograr mayores cosas.	A	B	C	D
20) Siento que los fracasos son un reto para mejorar y alcanzar el objetivo que me he trazado.	A	B	C	D
21) Me siento mucho más independiente y sin ataduras al trabajar en una empresa que sea creada por mi	A	B	C	D

Anexo 05. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Alto Mayo”



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO “ALTO MAYO”
CREADO CON R.M. N° 87-86-ED, del 20-02-1986.
REVALIDADO CON R.D. N° 127-2005-ED, del 31-03-2005

Moyobamba, 26 de Junio del 2020

**Sr. Mg.
Jesús Fernando Bejarano Auqui
Director de Investigación UPG-CE - Lima**

De mi mayor consideración

Es grato saludarle mediante la presente y a la vez hacerle de su conocimiento que esta Dirección le brindará el apoyo y facilidades a la tesista de la Maestría en Administración de Negocios con Mención: Gestión Empresarial Srta. RINA MARINA QUISPE FLORES para que realice su encuesta vía online al personal que corresponde, previa coordinación con los Coordinadores Académicos de los programas de estudios de Computación e Informática, Contabilidad, Enfermería Técnica y Producción Agropecuaria. A la vez pido a usted, que la interesada remita una copia de la encuesta a aplicar, y los resultados obtenidos una vez concluida su investigación

Sin otro particular, es propicia la oportunidad para manifestarle las muestras de consideración y estima.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Roberto Guevara Altamirano", is written over a horizontal line.

(x) Ing. Roberto Guevara Altamirano
Director General

Anexo 06. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Rioja”



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PÚBLICO "RIOJA"

R.M. N° 167 - 86 - ED.
Revalidada mediante R.D. N° 099-2005-ED/24-02-05

"Año de Universalización de la Salud"

Rioja, 18 de junio del 2020.

CARTA N° 023-2020-DG/IESTPR-DRESM.

Señor:
Mg. JESÚS FERNANDO BEJARANO AUQUI
LIMA.

ASUNTO: ACEPTA REALIZAR ENCUESTA

Me dirijo a usted saludándole cordialmente para manifestarle que, en atención al documento de la referencia, nuestra institución acepta a la tesista **RINA MARINA QUISPE FLORES**, realizar la encuesta del trabajo de Investigación "ACTITUD EMPRENDEDORA Y LA CAPACIDAD DE CREAR EMPRESAS EN LOS ESTUDIANTES DE LOS INSTITUTOS SUPERIORES TECNOLÓGICOS DE LA REGIÓN SAN MARTÍN 2020"; asimismo, se sugiere que al término del trabajo deberá hacernos llegar los resultados a nuestra institución.

Propicia es la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial deferencia.

Atentamente,




Mg. Melanio PÉREZ VÁSQUEZ
Director General

C.c. ~~3023~~
2404/2020

Anexo 07. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Nor Oriental de la Selva”



Instituto de Educación Superior Tecnológico Público
"NOR ORIENTAL DE LA SELVA"
TARAPOTO

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

La Banda de Shilcayo, 22 de Junio del 2020

OFICIO N° 074-2020-DIESTP "NOS"

SEÑOR:

Mg. **JESÚS FERNANDO BEJARANO AUQUI**
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN UPG-CÉ
Universidad Peruana Unión
Ciudad -

ASUNTO: ACEPTACION DE APOYO A LA ESTUDIANTE RINA MARINA
QUISPE FLORES PARA DESARROLLO DE ENCUESTA VÍA
ONLINE.

REF. Carta S/N. De fecha 12.06.2020

Grato es dirigirme a usted, para saludarle cordialmente y a la vez manifestarle, que en atención al documento de la referencia, mi despacho autoriza el apoyo a la estudiante **RINA MARINA QUISPE FLORES**, identificada con código universitario N° 200711824, tesista de la Maestría en Administración de Negocios con mención : Gestión Empresarial, de la Universidad Peruana Unión, y así mismo se le brinda las facilidades para el desarrollo de su encuesta vía online al personal que corresponda para la aplicación a su tesis titulada: "Actitud Emprendedora y la Capacidad de Crear Empresas en los Estudiantes de los Institutos Superiores Tecnológicos de la Región San Martín, 2020".

Para lo cual, deberá coordinar con el Secretario Académico de la institución Hist Nicolás Castro Meléndez, celular 920049761 correo electrónico proyeccionvcm7@gmail.com

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

JAMCDIESTP "NOS"
Quito,
c.c. Intervenido
c.c. Sec. Académico
c.c. Arch



X. JUAN ANDRÉS HINOJOSA CAMPOS
DIRECTOR GENERAL (H)

JR. TUPAC AMARU N° 398 LA BANDA DE SHILCAYO – TARAPOTO
T.L.F. (042) 522339 – 522681 - TELEFAX (042) 522339
www.institutonos.edu.pe / nos@institutonos.edu.pe
Autorizado R.S. N° 131-ED Revalidado R.D. N° 100-2005-ED

Anexo 08. Autorización para la aplicación de los instrumentos del IESTP “Huallaga”

Saposoa, 16 de junio del 2020

SEÑOR:

MG. JESÚS FERNANDO BEJARANO AUQUI
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN UPG – CE

LIMA.

De nuestra consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial en representación del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Huallaga, y al mismo tiempo comunicarle la **aceptación y autorización** a la **CPC RINA MARINA QUISPE FLORES DE RAMIREZ con código universitario Nro 200711824**, para que realice su proyecto de tesis consistente en **“Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los Institutos de Educación Superior Tecnológicos de la Región San Martín 2020”**, a quién la Institución estará realizando el apoyo en la información que requiera.

Sin otro particular me despido expresándole las muestras de consideración y estima.

Atentamente,



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO DE HUALLAGA
CPCC ROSA DEL C. BANDO ROÍOS
DIRECTORA GENERAL

Anexo 09. Cuestionario Actitud emprendedora ítem por ítem
Análisis factorial – Comunalidades

	Inicial	Extracción
Me enorgullezco de cada uno de los resultados que he logrado en mis actividades habituales.	1,000	,793
Paso una considerable parte de mi trabajo analizando las necesidades futuras de mi negocio antes de asignar cualquier recurso.	1,000	,706
Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco estén entre las mejores.	1,000	,856
Hago amistad con personas que me puedan ser útiles para alcanzar mis objetivos.	1,000	,686
Cuando algo me afecta aprendo todo lo que puedo sobre aquello para que no me afecte en otra oportunidad.	1,000	,734
Las oportunidades de negocio de las que puedo sacar provecho son aquellas que yo mismo he generado.	1,000	,758
Tengo la idea fija de que el entorno social y económico no va afectar mi éxito en los negocios.	1,000	,748
Cada vez que me reúno con diversas personas termino asumiendo la posición de líder.	1,000	,700
Para tener éxito en un negocio debo dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.	1,000	,782
Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.	1,000	,685
Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales en los trabajos que tengo que realizar.	1,000	,851
Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas.	1,000	,789
Suelo trabajar donde hay mucha incertidumbre que no haya estabilidad y que sea impredecible.	1,000	,772
Estar autoempleado no implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	1,000	,839
Me siento que si no asumo riesgos me quedo estancado.	1,000	,827
Estoy dispuesto a afrontar el fracaso en mi empresa con tal de ampliar mis horizontes.	1,000	,624
Siento que la gente con éxito se relaciona igual que yo en reuniones de negocios.	1,000	,662
Me siento seguro de mis propias actitudes cuando tengo diversas responsabilidades en los negocios.	1,000	,777
Estoy seguro de que puedo impresionar a las personas con las que trabajo con mis conocimientos.	1,000	,740
Me siento competente intelectualmente en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	1,000	,770

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Anexo 10. Cuestionario Capacidad de crear empresas ítem por ítem

Análisis factorial – Comunalidades

	Inicial	Extracción
Siento que conozco el proceso que debo realizar para la creación de una nueva empresa.	1,000	,699
Siento que conozco cómo elegir adecuadamente el campo o sector en el cual voy a crear mi nueva empresa.	1,000	,774
Me siento capacitado para tomar decisiones estratégicas, en situaciones de ambigüedad e incertidumbre.	1,000	,756
Me siento capacitado para crear e innovar en los diferentes procesos productivos de la empresa.	1,000	,858
Me siento capacitado para realizar los diversos planes necesarios en la empresa.	1,000	,840
Me siento capacitado para delegar decisiones a otras personas en las áreas de ventas, operaciones, finanzas, etc.	1,000	,837
Me siento capacitado para comunicar y negociar los diferentes asuntos en la empresa.	1,000	,811
Me siento capacitado para liderar y motivar el equipo humano que integra la empresa.	1,000	,810
Siento que poseo los conocimientos necesarios como para invertir todo mi dinero en una empresa.	1,000	,757
Cada vez que he tenido una experiencia laboral, esta me ha dado una idea de negocios para crear una nueva empresa.	1,000	,766
Me siento con la capacidad de aprender de las experiencias previas para aplicarlas luego de la creación de mi empresa.	1,000	,779
Tengo una idea clara de lo que quiero realizar en el futuro luego de haber sido parte de una experiencia laboral.	1,000	,809
Las experiencias laborales me permitieron desarrollar las actitudes necesarias para sacar adelante una empresa.	1,000	,674
Las experiencias laborales me ayudaron a entender que en mi empresa yo puedo hacer las cosas mejor que lo que hacían mis anteriores jefes.	1,000	,838
Poner en práctica mis ideas contribuyendo con la sociedad, es algo que me motiva.	1,000	,802
Tengo la idea fija de que las utilidades de mi propia empresa son más atractivas que los sueldos de empleado.	1,000	,881
Siento que es más seguro tener una empresa para auto emplearme, que estar buscando alguien que me emplee.	1,000	,722
Me parece que cuanto más complicada ha sido mi vida, mayores ganas de triunfar tengo.	1,000	,654
Trato de estar insatisfecho con los resultados, porque esto me motiva a lograr mayores cosas.	1,000	,670
Siento que los fracasos son un reto para mejorar y alcanzar el objetivo que me he trazado.	1,000	,828
Me siento mucho más independiente y sin ataduras al trabajar en una empresa que sea creada por mí.	1,000	,654

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Anexo 11

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Actitud emprendedora

Alfa de Cronbach	N de elementos
,844	20

Anexo 12

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Capacidad de crear empresas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	21

Anexo 13. Juicio del juez N° 01 – Actitud emprendedora.

ESCALA DE ACTITUD EMPRENDEDORA INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

N°	Ítems	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del Constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión D1										
1	Me enorgullezco de cada uno de los resultados que he logrado en mis actividades habituales.	✓		✓		✓		✓		
2	Paso una considerable parte de mi trabajo analizando las necesidades futuras de mi negocio antes de asignar cualquier recurso.	✓		✓		✓		✓		
3	Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco estén entre las mejores.	✓		✓		✓		✓		
4	Hago amistad con personas que me puedan ser útiles para alcanzar mis objetivos.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D2										
5	Cuando algo me afecta aprendo todo lo que puedo sobre aquello para que no me afecte en otra oportunidad.	✓		✓		✓		✓		
6	Las oportunidades de negocio de las que puedo sacar provecho son aquellas que yo mismo he generado.	✓		✓		✓		✓		
7	Tengo la idea fija que el entorno social y económico no va afectar mi éxito en los negocios.	✓		✓		✓		✓		
8	Cada vez que me reúno con diversas personas termino asumiendo la posición de líder.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D3										
9	Para tener éxito en un negocio debo dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.	✓		✓		✓		✓		
10	Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.	✓		✓		✓		✓		
11	Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales en los trabajos que tengo que realizar.	✓		✓		✓		✓		
12	Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D4										
13	Suelo trabajar dónde hay mucha incertidumbre que no haya estabilidad y que sea impredecible.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D5										
14	Estar auto empleado no implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	✓		✓		✓		✓		
15	Me siento que si no asumo riesgos me quedo estancado.	✓		✓		✓		✓		
16	Estoy dispuesto a afrontar el fracaso en mi empresa con tal de ampliar mis horizontes.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D5										
17	Siento que la gente con éxito se relaciona igual que yo en reuniones de negocios.	✓		✓		✓		✓		
18	Me siento seguro de mis propias actitudes cuando tengo diversas responsabilidades en los negocios.	✓		✓		✓		✓		
19	Estoy seguro que puedo impresionar a las personas con las que trabajo con mis conocimientos.	✓		✓		✓		✓		
20	Me siento competente intelectualmente en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	✓		✓		✓		✓		

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

³ Existe en el ítem alguna palabra que no es usual en nuestro contexto.

² El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).


 Dra. Tatiana Arana Rodriguez

Anexo 14. Juicio del juez N° 01 – Capacidad de crear empresas.

ESCALA DE CAPACIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

N°	Ítems	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del Constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión D1										
1	Siento que conozco el proceso que debo realizar para la creación de una nueva empresa.	✓		✓		✓		✓		
2	Siento que conozco como elegir adecuadamente el campo o sector en el cual voy a crear mi nueva empresa.	✓		✓		✓		✓		
3	Me siento capacitado para tomar decisiones estratégicas, en situaciones de ambigüedad e incertidumbre.	✓		✓		✓		✓		
4	Me siento capacitado para crear e innovar en los diferentes procesos productivos de la empresa.	✓		✓		✓		✓		
5	Me siento capacitado para realizar los diversos planes necesarios en la empresa.	✓		✓		✓		✓		
6	Me siento capacitado para delegar decisiones a otras personas en las áreas de ventas, operaciones, finanzas, etc.	✓		✓		✓		✓		
7	Me siento capacitado para comunicar y negociar los diferentes asuntos en la empresa.	✓		✓		✓		✓		
8	Me siento capacitado para liderar y motivar el equipo humano que integra la empresa.	✓		✓		✓		✓		
9	Siento que poseo los conocimientos necesarios como para invertir todo mi dinero en una empresa.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D2										
10	Cada vez que he tenido una experiencia laboral, esta me ha dado una idea de negocios para crear una nueva empresa.	✓		✓		✓		✓		
11	Me siento con la capacidad de aprender de las experiencias previas para aplicarlas luego de la creación de mi empresa.	✓		✓		✓		✓		
12	Tengo una idea clara de lo que quiero realizar en el futuro luego de haber sido parte de una experiencia laboral.	✓		✓		✓		✓		
13	Las experiencias laborales me permitieron desarrollar las actitudes necesarias para sacar adelante una empresa.	✓		✓		✓		✓		
14	Las experiencias laborales me ayudaron a entender que en mi empresa yo puedo hacer las cosas mejor que lo que hacían mis anteriores jefes.	✓		✓		✓		✓		
Dimensión D3										
15	Poner en práctica mis ideas contribuyendo con la sociedad, es algo que me motiva.	✓		✓		✓		✓		
16	Tengo la idea fija de que las utilidades de mi propia empresa son más atractivas que los sueldos de empleado.	✓		✓		✓		✓		
17	Siento que es más seguro tener una empresa para auto emplearme, que estar buscando alguien que me emplee.	✓		✓		✓		✓		
18	Me parece que cuanto más complicada ha sido mi vida, mayores ganas de triunfar tengo.	✓		✓		✓		✓		
19	Trato de estar insatisfecho con los resultados, porque esto me motiva a lograr mayores cosas.	✓		✓		✓		✓		
20	Siento que los fracasos son un reto para mejorar y alcanzar el objetivo que me he trazado.	✓		✓		✓		✓		
21	Me siento mucho más independiente y sin ataduras al trabajar en una empresa que sea creada por mí.	✓		✓		✓		✓		

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

³ Existe en el ítem alguna palabra que no es usual en nuestro contexto.

² El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).


 Dra. Tatiana Asuna Rodriguez

Anexo 15. Juicio del juez N° 02.

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

Instrucciones

El presente instrumento tiene como finalidad medir el nivel de relación que existe entre la actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los Institutos Superiores Tecnológicos de la Región San Martín.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **congruencia con el contenido, claridad en la redacción, uso de palabras en el contexto y dominio del constructo**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N°: _____ **02** _____ Fecha actual: 29-06-2020

Nombres y Apellidos del Juez: **Mtro. David Troya Palomino** _____

Institución donde labora: Universidad Peruana Unión

Años de experiencia profesional o científica: 15 años



Mtro. David Troya Palomino

Anexo 16. Juicio del juez N° 02 – Criterios de validez del contenido del instrumento.

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

2) A su parecer ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

6) Los ítems del instrumento ¿tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Anexo 17. Juicio del juez N° 03.

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

Instrucciones

El presente instrumento tiene como finalidad medir el nivel de relación que existe entre la actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en los estudiantes de los Institutos Superiores Tecnológicos de la Región San Martín.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **congruencia con el contenido, claridad en la redacción, uso de palabras en el contexto y dominio del constructo**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N°: _____ 03 _____ Fecha actual: 05 - 07 - 2020

Nombres y Apellidos del Juez: Mg. Madeleine Ticona Condori

Institución donde labora: Universidad Nacional de Juliaca

Años de experiencia profesional o científica: 13 años



Mg. Madeleine Ticona Condori

Anexo 18. Juicio del juez N° 03 – Criterios de validez del contenido del instrumento.

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADO POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación (instrucciones para el examinado) y estructura del instrumento?

SI (✓)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Ninguna

2) A su parecer ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (✓)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Ninguna

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

Ninguna


Instituto Tecnológico de Puno
Madelaine N. Ticona Condori
ING. ESTADÍSTICO - INFORMÁTICO
CIP. N° 196018

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones y/o sugerencias:

Ninguna

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Ninguna

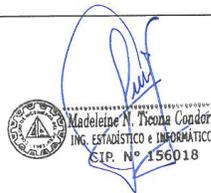
6) Los ítems del instrumento ¿tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X)

NO ()

Observaciones y/o sugerencias:

Ninguna


Madeleine N. Trema Conderi
ING. ESTADÍSTICO e INFORMÁTICO
SIP. N° 156018

Anexo 19. Imágenes de la aplicación de los instrumentos.

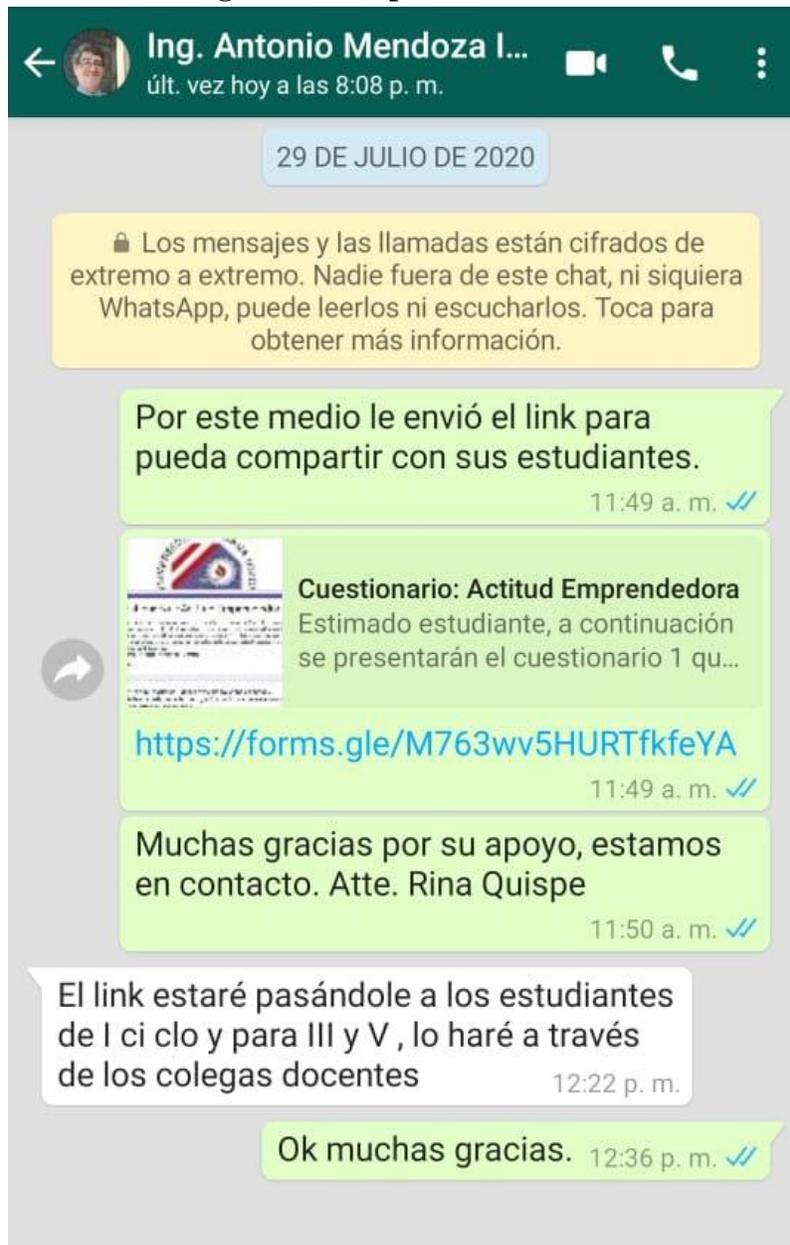


Figura 6. Entrega de instrumentos a los estudiantes.



Figura 7. Recepción de respuestas de un grupo de estudiantes.