UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Ciencias Humanas y Educación

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

Por:
Santos Víctor Burgos Chávez

Asesor:
Dr. Ramos Alfonso Paredes Aguirre

Lima, febrero de 2020

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

Presentada para optar el Grado Académico de Maestro en Educación con Mención en Investigación y Docencia Universitaria

JURADO DE SUSTENTACIÓN

Dr. Jorge Platón Maquera Sosa
Presidente

Dra. Gabriela Requena Cabral
Secretaria

Dr. Ramos Alfonso Paredes Aguirre
Asesor

Mg. Moisés Díaz Pinedo
Vocal

Lima, 20 de febrero de 2020

ANEXO 07 - DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE LA TESIS

Yo, **DR. RAMOS ALFONSO PAREDES AGUIRRE**, identificado con DNI Nº 10295879, docente en la Unidad de Posgrado de Ciencias Humanas y Educación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión;

DECLARO:

Que la tesis titulada: *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; P*ara obtener el grado académico de Maestría en Educación con mención en Investigación y Docencia Universitaria, cuya tesis ha sido desarrollada en la Universidad Peruana Unión con mi asesoría.

Asimismo, dejo constancia de que las opiniones y declaraciones registradas en la tesis son de entera responsabilidad del autor. No comprometen a la Universidad Peruana Unión.

Para los fines pertinentes, firmo esta declaración jurada, en la ciudad de Ñaña (Lima), al 20 de febrero de 2020.

DR. RAMOS ALFONSO PAREDES AGUIRRE

Asesor

Dedicatoria

A Sonia, Nahomi y Leandro, mi más grande bendición.

A mi madre, Javier, Peter José, Yuli, Nancy y Deysi, mi fortaleza.

A la memoria de mi padre José Humberto por sus enseñanzas.

Agradecimientos

En primer lugar, a Dios, por su inconmensurable misericordia, al darme una oportunidad de vida, y sostenerme en la realización de esta investigación y hacer posible su culminación.

A la Universidad Peruana Unión y la Unidad de Posgrado de Ciencias Humanas y Educación, por todos los conocimientos impartidos y por la constante inspiración de buscar cada día a Dios, que han permitido este logro.

A mi asesor, Dr. Alfonso Paredes Aguirre, porque creyó que se podía iniciar y culminar este trabajo.

A los dictaminadores Dra. Gabriela Requena Cabral y Dr. Moisés Díaz Pinedo por sus recomendaciones a fin de enriquecer el trabajo y por las oraciones hechas en mi favor.

Al Dr. Julio Rengifo Peña, un gran amigo por el apoyo y la motivación para iniciar y concluir este trabajo.

Tabla de contenido

Dedicatoria iv
Agradecimientos v
Tabla de contenido vi
Índice de tablas viii
Índice de anexos x
Resumen xi
Abstract xii
Capítulo I. Planteamiento del problema 13
1.1. Identificación del problema 13
1.1.1. Formulación del problema de investigación 15
1.2. Objetivos 17
1.2.1. Objetivo general 17
1.2.2. Objetivos específicos 17
1.3. Justificación y viabilidad 18
1.3.1. Justificación 18
1.3.2. Viabilidad 19
Capítulo II. Marco teórico 20
2.1. Antecedentes 20
2.1.1. Antecedentes internacionales 20
2.1.2. Antecedentes nacionales 23
2.2. Presuposición filosófica 27
2.3. Bases teóricas 28
2.3.1. La motivación de logro 28
2.3.2. Actitudes emprendedoras 41

2.4. Definición de términos 48
2.5. Hipótesis 48
2.5.1. Hipótesis general 48
2.5.2. Hipótesis específicas 48
Capítulo III. Materiales y métodos 51
3.1. Tipo de investigación 51
3.2. Diseño de la investigación 51
3.3. Población y muestra 51
3.3.1. Población 51
3.3.2. Muestra 51
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos 52
3.4.1. Técnica de recolección de datos 52
3.4.2. Instrumentos 52
3.5. Procesamiento y análisis de datos 53
3.6. Validación de instrumentos 53
Capítulo IV. Resultados y discusión 55
4.1. Resultados 55
4.1.1. Descripción del lugar de estudios 55
4.1.2. Resultados sociodemográficos 55
4.1.3. Resultados descriptivos de motivación de logro 57
4.1.4. Descripción de los indicadores de la motivación de logro 61
4.1.5. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones de la motivación de logro 72
4.1.6. Resultados descriptivos de las actitudes emprendedoras 76
4.1.7. Descripción de los indicadores de actitudes emprendedoras 78
4.1.8. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones de las actitudes emprendedoras 84
4.1.9. Contrastación de hipótesis 86
4.2. Discusión de los resultados 92
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones 95
5.1. Conclusiones 95

5.2. Recomendaciones 98
Referencias 99

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de confiabilidad de la Escala de motivación Académica…….54
Tabla 2. Análisis de confiabilidad del cuestionario de Actitudes Emprendedoras..54
Tabla 3. Datos sociodemográficos de los participantes……..……56
Tabla 4. Escala de medición de la motivación de logro y sus dimensiones……58
Tabla 5. Nivel de percepción de la motivación de logro y sus dimensiones……60
Tabla 6. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión Amotivación……62
Tabla 7. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión regulación interna……...…63
Tabla 8. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión regulación introyectada……...…….65
Tabla 9. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión regulación identificada……..66
Tabla 10. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión Motivación interna al conocimiento……..…….68
Tabla 11. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión motivación interna al logro……69
Tabla 12. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión motivación interna a las emociones estimulantes…….……71
Tabla 13. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones Amotivación, Regulación externa y Regulación introyectada…….73

Tabla 14. Media y desviación estándar de las dimensiones regulación identificada, motivación interna al conocimiento, motivación interna al logro, motivación interna a las experiencias estimulantes……..75
Tabla 15. Escala de medición de la variable actitudes emprendedoras y sus dimensiones……...76
Tabla 16. Niveles de percepción de las actitudes emprendedoras y sus dimensiones……....78
Tabla 17. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión optimismo……...79
Tabla 18. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión proactividad……80
Tabla 19. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión persistencia……82
Tabla 20. Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión creatividad e innovación……..83
Tabla 21. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones optimismo y proactividad……..84
Tabla 22. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones persistencia y creatividad e innovación……..86
Tabla 23. Prueba de normalidad de la variable motivación de logro y sus dimensiones……....86
Tabla 24. Prueba de normalidad de la variable actitudes emprendedoras y sus dimensiones……...87
Tabla 25. Correlación entre motivación de logro y actitudes emprendedoras y sus respectivas dimensiones……..88

Índice de anexos

Anexo 1. Escala de Motivación Académica…….....109
Anexo 2. Escala ¿Soy del tipo Emprendedor?.....111
Anexo 3. Matriz de consistencia de la investigación...……..113
Anexo 4 Autorización para la aplicación de instrumentos……115

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019. Un estudio cuantitativo, descriptivo y correlacional de diseño no experimental y de corte transversal, de una población de 325 estudiantes, se determinó una muestra formada por 166 estudiantes de dicha universidad. Para la operacionalización de la motivación de logro se usó la Escala de Motivación Académica (EMA) diseñada por Vallerand (1993), conformada por 28 ítems, y para medir las actitudes emprendedoras se hizo por medio de la Escala Unidimensional adaptada por Roth y Lacoa (2009) de Gassé (1983), formada por 15 ítems, ambas escalas en una medición tipo Likert. Los resultados reportan que existe una relación moderada y estadísticamente significativa (Rho=0.401**; p=0.000), entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras. La conclusión fue: a mayor motivación mayor actitud para emprender un proyecto y viceversa.

Palabras clave: Motivación de logro, actitud emprendedora.

Abstract

The objective of the present investigation was to determine the relationship between motivation of achievement and entrepreneurial attitudes in students of the professional career of Administration and International Business of a private university in Lima, 2019. A quantitative, descriptive and correlational study of a non-experimental and cross-sectional design of a population of 325 students, a sample of 166 students from that university was determined. For operationalization of the motivation of achievement, the Academic Motivation Scale (EMA) designed by Vallerand (1993), consisting of 28 items, was used and to measure entrepreneurial attitudes, it was done through the One-Dimensional Scale adapted by Roth and Lacoa (2009) by Gassé (1983), consisting of 15 items, both scales in a Likert type measurement. The results report that there is a moderate and statistically significant relationship (Rho = 0.401 **; p = 0.000), between the motivation of achievement and entrepreneurial attitudes. Concluding that the greater the motivation, the more attitudes will be for entrepreneurial a project and viceversa.

Keywords: Achievement motivation and entrepreneurial

Capítulo I. Planteamiento del problema

1.1. Identificación del problema

El emprendimiento es la cara visible de la vitalidad de la economía de un país. Los emprendedores son aquellos que crean empleo, favorecen la competitividad, el crecimiento sostenido de la economía e impulsan la modernidad. El emprendimiento fomentado en los jóvenes universitarios, es una herramienta que les va a favorecer para que puedan enfrentar con éxito el mercado laboral venidero que es cada vez más incierto. La actitud emprendedora debidamente motivada incrementará las alternativas de empleabilidad o el desarrollo laboral independiente del egresado universitario. Por esta razón, Lorca (2013) señalaba que a nivel mundial el emprendimiento social está surgiendo como un fenómeno cada vez más creciente.

A pesar de los cambios disruptivos que se han generado en las últimas décadas, la sostenibilidad competitiva de las organizaciones se ha caracterizado por tener a uno de los factores que marca la diferencia y la línea del desarrollo, la excelencia de su talento humano. Al respecto, Chiavenato (2009) expone que los individuos proactivos, creativos, con iniciativas, con identidad propia y diferenciada, se convierten en los indispensables en las organizaciones, y en quienes se puede confiar la administración de los recursos.

A su vez Padrón & Polanco (2006), agrega que este, exclusivo talento humano, debe estar dotado de un alto nivel educacional, calidad profesional y entrenamiento técnico y científico, para cumplir los objetivos personales e institucionales.

Según, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2019) en el año 2018, había 64 millones de jóvenes desempleados en todo el mundo y 145 millones de trabajadores jóvenes que viven en la pobreza, el empleo juvenil sigue siendo un desafío y una prioridad política, que involucra a todos los gobiernos. Es por eso, durante la Asamblea General de la ONU de desarrollo sustentable, varios países a nivel global se suscribieron a la agenda 2030, en donde se incluyen objetivos de juventud, emprendimiento y educación.

En este contexto, los centros de educación superior y, de manera puntual, la Universidad juega un papel preponderante en la formación de profesionales, motivándolos para que puedan desarrollar sus actitudes emprendedoras, a fin de cambiar la sociedad y por ende el país. Los emprendedores de éxito son aquellos que transforman sus sueños, sus proyectos, sus ideas en iniciativas, empresas, negocios rentables, con beneficios colaterales a la sociedad, aumentando su nivel de ingreso, experimentando incrementos significativos de su productividad (Padrón & Polanco, 2006). El emprendedor requiere de actitudes especiales para tomar tales retos (Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini, 2015).

Se torna importante el estudio de los factores que promueven el desarrollo de actitudes que favorecen el emprendedorismo. Algunos de estos factores claves en el desarrollo del emprendimiento han sido identificados como: la cultura (Torroba, 2014), el entorno familiar y las expectativas económicas (Galindo y Méndez, 2011), la educación (Messina y Hochsztain, 2015; Alcaraz, 2004; Macías, 2014), el acceso a financiamiento (García-Macías, Zerón-Félix y Sánchez-Tovar, 2018; Matíz y Naranjo, 2011), y la motivación de logro (Vargas, 2007; Calvo, 2016).

Por otro lado, se ha señalado que el emprendedorismo es muy significativo en el bienestar social (Lorca, 2013) y en el crecimiento económico (Galindo & Méndez, 2011).

Por esta razón, se propone la ejecución del proyecto acerca de la motivación de logro y su relación con la formación de actitudes emprendedoras. La motivación de logro como un factor relacionado con la formación del espíritu emprendedor, ha interesado al investigador para profundizarse en el tema. Además, los resultados obtenidos servirán, a la dirección de la escuela profesional para la toma de decisiones correctas, relacionados con su plan de estudios, a fin de que se puedan diseñar y desarrollar estrategias que fortalezcan el proceso de enseñanza aprendizaje.

1.1.1. Formulación del problema de investigación

1.1.1.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?

1.1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la amotivación y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la regulación externa y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera

profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?

- ¿Cuál es la relación entre la regulación introyectada y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la regulación identificada y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?
- ¿Cuál es la relación entre la motivación intrínseca al conocimiento y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?
- ¿Qué relación existe entre la motivación al logro y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?
- ¿Qué relación existe entre la motivación intrínseca a las experiencias estimulantes y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima, 2019.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la amotivación y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- Determinar la relación entre la regulación externa y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- Determinar la relación entre la regulación introyectada y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- Determinar la relación entre la regulación identificada y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

- Determinar la relación existe entre la motivación intrínseca al conocimiento y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- Identificar la relación entre la motivación intrínseca al logro y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- Determinar la relación entre la motivación intrínseca a las experiencias estimulantes y las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

1.3. Justificación y viabilidad

1.3.1. Justificación

Ante la preocupación de las altas tasas de desempleo juvenil, el 18% en promedio para América Latina y el Caribe, y con una proyección ascendente para los años venideros, se torna para la universidad, en reto complejo y complicado de revertir, siendo que esta es apreciada como un centro de preparación y formación, de profesionales cualificables para una inserción laboral exitosa. Resulta de especial interés conocer que los motiva a los jóvenes estudiantes a tener una actitud emprendedora. Para que de manera oportuna se pueda fomentar en el aula el desarrollo, la formación o fortalecimiento de actitudes emprendedoras, las mismas

que puede aplicar el estudiante en diferentes circunstancias de la vida, por lo que se torna importante y significativo.

La investigación pretende proporcionar información que será útil a la institución educativa, que ha dado la oportunidad de poder llevar a cabo el estudio, y por extensión a la comunidad educativa para el conocimiento sobre la realidad problemática, de tal manera de poder diseñar y aplicar estrategias a fin de prevenirla.

La propuesta de ejecución del presente proyecto se justifica debido a que aún no se ha realizado un trabajo de investigación relacionando la motivación de logro con las actitudes emprendedoras. Sí existen trabajos entre motivación de logro y rendimiento académico y temas afines. Por lo tanto, se considera oportuno realizar este trabajo ya que está relacionado con la empleabilidad de los estudiantes.

1.3.2. Viabilidad

Considero que el proyecto es viable pues el presupuesto, la metodología, los recursos y el acceso al recojo de información están al alcance del investigador. Por esta razón se tiene la seguridad y la garantía de que el proyecto culminará con éxito.

Capítulo II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Durán-Aponte y Arias-Gómez (2016) en su investigación el objetivo fue analizar la relación que existe entre la actitud emprendedora de un individuo y los estilos emocionales que posee. En el estudio participaron 259 estudiantes venezolanos, de los cuales 94 eran de la Universidad Central de Venezuela, inscritos en las carreras de Administración y Contaduría, y 165 de la Universidad Simón Bolívar, cursantes de ingenierías y carreras cortas administrativas e industriales. Estudio descriptivo correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó la escala unidimensional ¿Soy del tipo emprendedor? (STE) para medir la actitud emprendedora y el Cuestionario de Estilo Emocional (CEE). El resultado de relaciones bivariadas entre las dimensiones de la actitud emprendedora y los estilos emocionales, en donde la rumiación correlaciona de manera negativa con el optimismo ($r=-0.238^{**}$, $p<0.000$), de la misma manera correlaciona de manera negativa y significativa con la proactividad ($r=-0.199$, $p<0.05$), no así con la persistencia y la creatividad. El estilo emocional inhibición correlaciona de forma negativa con la proactividad ($r=-0.173$, $p<0.05$), no así con las otras dimensiones de optimismo, persistencia y creatividad.

Marulanda y Morales (2016), orientaron su estudio a profundizar en el análisis de los factores que deben confluir de manera efectiva para la creación de una empresa. En primer lugar, está las aspiraciones o motivaciones del creador – habilidades y know-how. En segundo lugar, esta los recursos financieros y logísticos. En tercer lugar, el ambiente o entorno para la creación. Agrupando estos factores en motivaciones, facilidades y obstáculos para el emprendimiento. Los resultados muestran que la independencia fue mencionada como factor motivacional por 67% de los encuestados como el más importante, seguidamente por factor relacionado con el dinero 61%. En cuanto a los factores relacionados con las facilidades, ha sido considerado como el más importante por los encuestados al acompañamiento o asesoría con un 33%. En lo referido a los obstáculos para emprender, los encuestados manifiestan a la falta de financiación (capital) con 50%.

Rojo, Macedo y Sánchez (2016) el propósito de su investigación fue determinar la relación que existe entre los factores psicológicos condicionantes y la actitud emprendedora. La muestra formada por 375 estudiantes del Centro universitario UAEM Temascaltepec. Un estudio cuantitativo, descriptivo correlacional, de diseño no experimental y transversal. Los instrumentos usados fueron: Actitud emprendedora y la de factores psicológicos, que consta de 70 ítems estructurados en autoestima 7 ítems, control percibido interno 11 ítems, innovación 9 ítems, motivación de logro 9 ítems, riesgo 14 ítems y tolerancia a la ambigüedad 20 ítems. Los resultados reportan, que existe relación significativa entre la actitud emprendedora y control interno (ρ=0.417**, p=0.000), innovación (ρ=0.499**, p=0.000), motivación de logro (ρ=0.393**, p=0.000), riesgo (ρ=0.116*, p=0.035) y

tolerancia a la ambigüedad (ρ=0.444*, p=0.000). A diferencia, con el único factor que no tiene relación significativa es con la autoestima (ρ=0.106, p=0.054).

Morales, Giménez y Morales (2018), el objetivo de su estudio fue contrastar las asociaciones existentes entre la autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas como la inteligencia emocional y las estrategias de afrontamiento del estrés cotidiano, en una muestra de 120 estudiantes universitarios, con edades entre los 18 y 36 años. Se evaluó la autoeficacia emprendedora a través de la inteligencia emocional, el afrontamiento activo y la empatía. Se utilizó un instrumento para cada variable, Escala de Autoeficacia Emprendedora de De Noble, Jung y Ehrlich (1999); Escala de Afrontamiento EA, Morales et al. (2012); Test de Empatía Cognitiva y Afectiva TECA, Gorostiaga, Balluerka y Soroa (2014); Trait Meta-MoodScale TMMS-24, para evaluar inteligencia emocional (Fernández-Berrocal, Extremera y Ramos, 2004). Los resultados muestran una correlación de Pearson entre la autoeficacia emprendedora con las estrategias de afrontamiento, en su dimensión solución activa de r=0.32** con p=0.000. También se muestra una correlación de Pearson entre la autoeficacia emprendedora y la empatía cognitiva de r= 0.31**, autoeficacia emprendedora y empatía emocional de r=0.33**, en ambos casos p=0.000 y por último la correlación entre la autoeficacia emprendedora con la inteligencia emocional con r=0.45** p=0.000. Concluyendo que en esta investigación se ha podido corroborar las hipótesis iniciales que se había planteado, obteniendo resultados similares a otros estudios que indican que la autoeficacia emprendedora está relacionada con la inteligencia emocional, el autoconcepto y las habilidades de afrontamiento del estrés o afrontamiento y solución de problemas.

Espinoza, Jimber Del Rio, Casas del Rosal y Villamandos (2018) direccionaron su investigación a analizar los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, mediante la validación de un instrumento que abarca la teoría de comportamiento planificado. Se utilizó el cuestionario validado por Laguía (2017) y se aplicó a 303 estudiantes de las diferentes universidades públicas y privadas. El cuestionario se dividió en cuatro dimensiones: intención emprendedora, la actitud hacia la conducta emprendedora, las normas subjetivas y la autoeficacia. Los resultados se dieron a través del análisis correlacional del coeficiente de Pearson, en donde la actitud hacia la conducta emprendedora y la intención emprendedora están relacionadas de manera directa y positiva con r=0.723**, la autoeficacia y la intención emprendedora están relacionadas de manera directa y positiva con r=0.722** y la norma subjetiva también está relacionada directa y positiva con la intención emprendedora, pero en un bajo nivel respecto a las otras dos dimensiones, para todas las relaciones un p valor de 0.000. Finalmente se realizó un modelo de regresión en donde se determinó que el 60.8% de la variabilidad de la intención emprendedora se predice en base a las influencias de los componentes TCP.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Cotrado (2015), el objetivo principal en su investigación fue establecer la relación existente entre la motivación de logro y la actitud emprendedora en los estudiantes de 4° y 5° año de educación secundaria de la Institución Educativa Pública Teniente Coronel Alfredo Bonifaz Fonseca, Rímac. La muestra estuvo formada por 234 estudiantes de los grados mencionados. Un estudio descriptivo correlacional, de

diseño no experimental y de corte transversal. El instrumento utilizado en el recojo de la información de la motivación de logro es la Escala Atribucional de Motivación. Diseñada por Manassero y Vásquez (1991), de igual modo la actitud emprendedora la Escala de Actitudes Emprendedoras elaborado por Ibáñez (1995), basada en Robinson (1987). El estadístico utilizado para determinar la correlación fue el r de *Pearson,* el resultado reportado es que existe relación significativa entre la motivación de logro y la actitud emprendedora (r=0.471**, p=0.01), concluyendo que a mayor motivación mayor es la actitud a emprender.

Acuña (2015), La investigación se centró en determinar la relación que existe entre la motivación de logro, estrategias de aprendizaje, juicio crítico y el rendimiento académico de los estudiantes del programa SUBE. Concluyendo que existe una relación significativa entre la motivación de logro, estrategias de aprendizaje, juicio crítico y el rendimiento académico, al obtener el p-valor<0,05, correlación de Pearson de 0,786. Se obtuvieron datos significativos para las hipótesis derivadas, Motivación de logro y el rendimiento académico con un p- valor<0,05, y una correlación de Pearson de 0,823. Entre las estrategias de aprendizaje y el rendimiento con un p-valor<0,05, y una correlación de *Pearson* de 0,537. Entre el juicio crítico y el rendimiento académico con un p-valor<0,05, y una correlación de *Pearson* de 0,510.

Sánchez y Peña (2016), en su trabajo estudió la relación entre la Atribución de Motivación de Logro y el rendimiento académico en matemáticas, en una muestra de 993 estudiantes de secundaria. Un estudio no experimental, correlacional y de corte transversal. La operacionalización de la motivación de logro se hizo una adaptación de la Escala Atribucional de Motivación de Logro, EAML (Manassero y Vásquez,

1998-2000) cuya valoración global arrojo un Alpha de Cronbach de 0.885. Obtuvo como resultado un Tau_b de Kendall de 0.309** y un p valor de 0.000, concluyendo que existe relación directa, positiva y altamente significativa entre la motivación de logro y rendimiento académico en matemáticas.

Tarazona (2017), el objetivo de su investigación fue determinar la relación entre la motivación de logro y el rendimiento académico de estudiantes de un programa dual, el instrumento de medición de la variable motivación de logro es un cuestionario elaborado en base a la Teoría Atribucional de Weiner, cuya confiabilidad fue de 0,944. Concluye que existe una débil relación directa y positiva entre motivación de logro y rendimiento académico (r=0,187), pero, de alta significancia (p=0,003).

López (2017), cuya investigación tuvo como propósito encontrar si existe relación significativa entre motivación de logro y rendimiento académico en estudiantes de la facultad de ingeniería eléctrica y electrónica una universidad pública de Lima. Un estudio cuantitativo correlacional con diseño transversal en una muestra de 85 estudiantes. Empleó el Cuestionario EAML-M, el mismo que tenía una consistencia interna positiva y alta de 0,877. Los resultados encontrados en la investigación fue un Rho de *Spearman* de 0.197 y un p valor igual a 0.071 por lo que el autor concluyó que no existe relación significativa entre las dos variables. Una razón es que el rendimiento académico es evaluado de diversas maneras. Además, en sus recomendaciones advierte que el curso usado para la investigación, no es un curso de línea.

Peralta (2018), su investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de los estudiantes del

primer año de secundaria, la población formada por 60 alumnas, muestro no probabilístico seleccionada de manera intencional a 30 alumnas. Estudio de enfoque cuantitativo, con un diseño cuasi experimental. Se aplicó un cuestionario de capacidades emprendedoras de estudiantes de secundaria, instrumento con una confiabilidad medido por el Alpha de Cronbrach de 0.889. Para obtener los resultados se usó la Prueba Estadística U Mann Withney y se encontró que en la fase de postest la motivación influye en las capacidades emprendedoras (66.7) de las alumnas. pues, las puntuaciones entre el grupo de control y experimental difieren significativamente ($U = 17.500$; $Z = -4.198$; $p = .000 < .05$).

Pérez (2019) en su investigación, resalta el propósito de determinar si los factores del clima motivacional y emprendedorismo influyen en la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Un estudio descriptivo correlacional, de diseño no experimental y transversal, aplicado a una muestra formada por 365 estudiantes matriculados del 8avo y 10mo ciclo, pertenecientes a las escuelas de Administración, Administración de Negocios Internacionales y Administración de Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. El estadístico usado para el análisis de datos, fue el Rho de *Spearman* y los resultados reportados son: existe relación significativa entre el clima motivación y la cultura emprendedora ($\rho=0.468^{**}$, $p=0.000$) de la misma manera se evidencio una relación significativa entre el emprendedurismo y la cultura emprendedora ($\rho=0.259^{**}$, $p=0.01$). Concluyendo que a mayor clima motivacional y emprendedurismo, mayor y mejor será la cultura emprendedora.

2.2. Presuposición filosófica

El impulso interno que conduce a los individuos a tener una determinada conducta, dependerá de la motivación interna que constantemente puede estar actuando hasta impactar en las actitudes y el comportamiento humano. Dios, nuestro Creador, autor de la más profunda motivación humana, dirige a cada persona su mensaje que se oyó en el pasado, se escucha hoy y se seguirá escuchando en el futuro: “Esfuérzate y sé valiente. No temas ni desmayes, que yo soy el Señor tu Dios, y estaré contigo por dondequiera que vayas” (Josué 1:9). Dios conoce al hombre, por ser su creación y conoce el vacío interno que todos llevamos, es por eso, que Él sabe cómo motivar al hombre, a fin de que este pueda asumir responsabilidades, con esfuerzo y valentía, que son características esenciales de un buen emprendedor. El emprendedor se mueve en un ambiente de incertidumbre, al no conocer con certeza el comportamiento del mercado, sin embargo, Dios que conoce el cuadro completo, garantiza su presencia en los planes que se emprendan. El Yo estoy contigo es la garantía del emprendedor, los planes que el hombre tiene y si estos son colocados en las manos de Dios, éstos tendrán éxito. Sólo se requiere que tengamos confianza en Él, tal como se expresa en Salmo 91: 1 “El que habita al abrigo del Altísimo, morará bajo la sombra del Omnipotente, Diré yo a Jehová: Esperanza mía, y castillo mío, mi Dios, en él confiaré”. Dios siempre premia la actitud y aptitud del emprendedor, siendo Él, quien promueve y financia todo proyecto, entregando el capital, según la capacidad de cada emprendedor. En Mateo 24: 14-30, si bien no se registra la orden a los siervos de lo que deberían hacer con los talentos (dinero) que Dios entregó al hombre. Al final Él pide cuentas y premia al

siervo que ha sido proactivo, creativo, persistente e innovador quien supo negociar e invertir lo que se le confió. La negligencia, el descuido y el conformismo, son actitudes que mellan el carácter emprendedor y finalmente lo llevan a la ruina

2.3. Bases teóricas

2.3.1. La motivación de logro

2.3.1.1. Motivación

Según, Ramos (2016) la motivación es un aspecto relevante en la vida de cada individuo, ya que es la encargada de incentivar a la persona que manifieste o no determinados actos. Es responsabilidad de que cada ser humano se plantee unos objetivos determinados en la vida y sea capaz de llegar a cumplirlos, o al menos intentarlo. Es decir, la motivación es la fuerza que mueve a la persona a tener un plan de vida, con propósitos nobles, que le permitan realizarse de manera integral, y eso es producto de su propia decisión.

Para, Pila (2012) la motivación es una acción abstracta que incita a un individuo a realizar ciertas actividades y a persistir en ellas, hasta lograr su objetivo. Por consiguiente, la motivación es la manifestación de la voluntad y el interés individual para realizar un esfuerzo y alcanzar las metas trazadas.

Del mismo modo, Robbins y Judge (2009) definen a la motivación como el proceso que involucra tres características: la intensidad, dirección y persistencia, de las que se compone el esfuerzo de un individuo hacia el logro de un objetivo. Por ello, es importante concebir la intensidad de motivación como fuerza vigorizante que una persona desarrolla por alcanzar su meta, direccionando estos objetivos en tener resultados del que se obtengan beneficios personales e institucionales, con una

persistencia ascendente, durante el tiempo necesario en que debe mantener el esfuerzo. Los individuos motivados permanecen en una tarea lo suficiente para alcanzar su objetivo.

Por otro lado, Chiavenato (2000) considera como motivación a todo aquello que impulsa a una persona a actuar de una determinada manera, o por lo menos origina una tendencia a un comportamiento especifico. Este impulso a actuar puede ser provocado por un estímulo externo o interno. Sobre la base de lo expuesto anteriormente, la motivación es iniciada por una necesidad que necesita ser satisfecha, y en este proceso es cuando se activa la fuerza impulsora, que guía al individuo a conseguir la meta propuesta, gastando energía, a fin de satisfacer su necesidad.

Asimismo, Palmero, Guerrero, Gómez, Carpi y Goyareb (2011) de forma general, definen motivación como un concepto que usamos cuando queremos describir las fuerzas que actúan sobre, o dentro de, un organismo, para iniciar y dirigir la conducta de este. Es menester destacar, que las fuerzas mencionadas son consideradas por otros autores como fuerzas intrínsecas y extrínsecas que determinarán la conducta del individuo.

Por su parte, Santrock (2002) agrega que “la motivación es el conjunto de razones por las que las personas se comportan de las formas en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido” (p. 432). En este mismo orden de ideas, el vigor de la motivación está en función del propósito, si el propósito supera toda expectativa, podemos ir más allá de lo permitido, aun con el cuerpo herido, pero con espíritu fortalecido.

2.3.1.2. Perspectivas teóricas de la motivación

Para Barriga y Hernández (2002), Santrock (2002) y Huertas (1997) existen tres perspectivas o enfoques fundamentales respecto de la motivación: la conductista, la humanista y la cognitiva. Sin embargo, existen otras teorías como: la teoría de la pulsión, teoría del condicionamiento y la teoría de la congruencia cognoscitiva, que son consideradas por (Schunk, 2012). Para el presente trabajo daremos una breve apreciación de las tres primeras teorías y nos centraremos de manera específica en el enfoque humanista, objeto de estudio.

2.3.1.2.1. Perspectiva cognitiva

Los teóricos bajo esta perspectiva cognitiva, tal como (Schunk, 2012) y (Santrock, 2002) se muestran de acuerdo en que los pensamientos son los que guían el nivel de la motivación del individuo, evidenciándose en su conducta.

Para Naranjo (2009), el sistema cognitivo es el que centraliza y distribuye la información a los sistemas afectivo, comportamental y fisiológico, de tal manera que permite regular el comportamiento, en función a la calidad y la intensidad de la información compartida. De esta forma, las ideas, creencias y opiniones que tenga la persona sobre sí y sobre sus habilidades determinan la intensidad del esfuerzo que realiza para conseguir sus metas.

Además, Pintrich, Schunk, Ertmer y Zimmerman (citados por Santrock, 2002), enfatizan que la teoría cognitiva se centra en una motivación interna de las personas, sus atribuciones acerca del éxito o del fracaso y sus creencias sobre lo que pueden controlar de forma efectiva en su ambiente, de igual manera que la importancia del

establecimiento de metas, el planeamiento y el monitoreo del progreso hacia una meta.

Sobre la base de lo expresado anteriormente, podemos decir que los procesos mentales son los que guían nuestras acciones, y es la motivación interna la que impulsa al individuo a ser capaz de interactuar de forma efectiva con el medio ambiente, logro.

2.3.1.2.2. Perspectiva conductual

Esta perspectiva conductual está fundamentada en un sistema de dos pilares: recompensas y castigos, que se dan de manera externa, y que van a determinar la motivación de cada individuo (Ramos, 2016).

Para Chambi (2018) los representantes de este enfoque, tanto Skinner como Watson aducen que todo lo que sucede en el entorno incide para que se pueda ampliar, conservar o extinguir la motivación. Es por eso, hay que considerar de gran importancia prestar atención a los reforzadores que son habilitados por los docentes, la familia o el estudiante mismo, de tal manera que pueda alcanzar sus metas.

El mismo Santrock (2002), Woolfolk (1999) y Barriga y Hernández (2002) señalan que las recompensas y los castigos externos son cruciales en la resolución de la motivación de los individuos. Las recompensas son eventos positivos o negativos, que agregan interés y motivación, determinando el comportamiento o conducta, dirigen la atención hacia los comportamientos adecuados y marcan distancian de los que son considerados inapropiados (Naranjo, 2009).

También Cano (2008) refiere que el enfoque conductual de la motivación de los seres humanos es extrínseco, es decir se basa en recompensas externas y según el

trabajo que ha desarrollado el estudiantado elegirá una carrera con la finalidad de obtener recompensas de prestigio, un empleo bien remunerado, status, entre otros.

Por consiguiente, los adeptos a los planteamientos conductuales explican la motivación con conceptos como recompensa e incentivo, con el propósito de inducir el comportamiento, ya sea este positivo o negativo. Entendiendo que una recompensa generara una reacción positiva, que podría repetirse cuantas veces sea posible, hasta formar un hábito. Un castigo obviamente generará una reacción negativa que al individuo ya no le permitiría repetirla por las consecuencias sufridas, al contrario, lo evitaría.

2.3.1.2.3. Perspectiva humanista

Según, Woolfolk (1999), las teorías existentes concernientes a esta perspectiva humanista, tienen en común el pensamiento de que la gente se ve motivada de continuo por la necesidad innata de desarrollar su potencial, de allí que motivar a los estudiantes signifique ejercitar sus recursos internos; competencia, autoestima, autonomía y autorrealización.

Al respecto Schunk (2012) expresa que la teoría humanista aplicada al aprendizaje es en gran medida constructivista y hace énfasis en los procesos cognoscitivos y afectivos. Resaltando las capacidades y potencialidades de las personas, cuando tienen que tomar decisiones.

Para Santrock (2002) la perspectiva humanista resalta la capacidad del estudiante para su crecimiento personal, libertad para elegir su destino y cualidades positivas.

Seguidamente Naranjo (2009), Cano (2008) y Chambi (2018) expresan que la perspectiva humanista enfatiza la capacidad de la persona para lograr su crecimiento

y libertad para elegir su destino y el esfuerzo por destacar. La teoría hace alusión a la motivación intrínseca.

Por lo expuesto sobre la motivación, los humanistas indican que solo existe una clase de motivación, la motivación personal e interna que cada ser humano desarrolla en cualquier circunstancia de la vida.

2.3.1.3. Motivación de logro

Morán y Menezes (2016), Thornberry (2003), Gizdarska (2017), Jiménez (2015) señalan que McClelland (1989) define la motivación de logro como la capacidad y la fuerza de sobresalir para esforzarse, perseverar y alcanzar las metas trazadas. Y esto es por decisión y voluntad propia. A esto Petri y Govern (2006) agregan que la motivación de logro posee tres características: intensidad, persistencia y dirección.

Según Elliot (1999), la motivación de logro, es la fuerza fundamental detrás de nuestras acciones ambiciosas que se dan en todas las áreas de la vida, y que se dan en función de tres componentes divergentes: comportamiento, emoción y pensamiento, relevantes en la evidencia de la competencia.

Para Singh (2011), define la motivación de logro como el buen desempeño o la lucha por alcanzar el éxito, evidenciándose en la persistencia y la valentía de hacer frente a las dificultades. Siendo que esta motivación se centra en el individuo, la motivación de logro genera expectativas de encontrar satisfacción en el dominio de los desempeños difíciles y desafiantes, en busca de la excelencia.

Así mismo Kirikkanat (2014) califica a la motivación de logro como, las tendencias motivacionales de cada uno, que se encuentran en cada nicho de la vida, en los diferentes entornos; ya sean estos sociales, laborales o académicos. Si el

comportamiento motivado se toma en consideración como elemento clave del éxito, entonces la motivación de logro emerge como piedra angular para alcanzar los logros en contexto en que nos encontremos.

En el aporte de Poledňová, Stránská & Niedobová (2014) se resalta a la motivación de logro, como la motivación para aprender de una manera intencional, en condiciones en que las actividades de aprendizaje tengan un valor de incentivo positivo. El proceso motivacional debe desarrollarse, no solo en términos de cantidad, sino también en términos de calidad, de manera que se fortalezca la motivación interna, que tiene mayor impacto positivo en la calidad de aprendizaje, así mismo prepara el terreno para la motivación continua, como refuerzo motivacional.

Del mismo modo Ellis (citado por Tarazona, 2017) señala que la motivación de logro produce efectos en el aprendizaje y en el rendimiento, y sostiene que los factores de motivación pueden ser intrínsecos y extrínsecos, que según sea el caso, dependerá la intensidad del esfuerzo desplegado por el individuo, haciendo hincapié en la motivación intrínseca, la que tiene mayor predominio.

2.3.1.4. Manifestaciones o consecuencias de la motivación de logro

Los sujetos manifiestan las siguientes características:

- Buscan más información de lo que se les pide.
- Buscan con prontitud y de diversas maneras un empleo (Sheppard y Belitsky, 1966, citado por Morán y Menezes, 2016).
- Manifiestan mayor satisfacción por el trabajo.
- Tienes escasos problemas de salud.
- Acuden frecuentemente a la iglesia (Morán y Menezes, 2016).

- No toman fármacos para aliviar la tensión.

2.3.1.5. Teorías de la motivación de logro

El presente proyecto de investigación se basa en la Teoría de McClelland, quien propone básicamente que la satisfacción en el logro de metas actúa como reforzador positivos para esforzarse y lograr otras metas. En caso contrario, si la experiencia ha sido negativa, entonces, evitará esforzarse en otras metas. La emoción es fundamental y una piedra angular en esta teoría. McClelland, según (Sánchez, 2015). Además (Naranjo, 2009), (Morán y Menezes, 2016) y (Rivera, 2013) refieren que McClelland propuso que las necesidades específicas de un individuo se adquieren a manera de experiencia a lo largo de la vida. La motivación y la efectividad de una persona en ciertas actividades están influenciadas por tres necesidades (motivo): de logro, afiliación y poder. A esta teoría también se le conoce como la teoría de las tres necesidades o la teoría de las necesidades aprendidas.

a) Motivo de afiliación

- Las personas con alta necesidad de afiliación buscan pertenecer a varios grupos sociales.
- Las personas con alta necesidad de afiliación mantienen sus redes interpersonales, llamando, escribiendo, visitando, organizando reuniones, mucho más que aquellas que sienten menos deseo de afiliación.

b) Motivo de poder

- Las personas se muestran dispuestas a asumir riesgos.
- Colaboran con el desarrollo de las organizaciones.

c) Motivo de logro

- Las personas tienen éxito aun en medio de dificultades.
- Las personas tienen conductas relacionadas con la de los empresarios de éxito.
- Les agrada ser evaluadas y superar los estándares.
- Buscan el logro personal porque es parte de su estilo de vida y no por dinero.

2.3.1.5.1. Teoría de la autodeterminación

Los seres humanos pueden enfrentar diferentes situaciones con optimismo, creatividad, persistencia, proactividad y compromiso; o, alternativamente, los pueden tornar desanimados, pasivos y alienados, en función del entorno social en las que se desenvuelven y funcionan.

Según Ryan & Deci (2000) en la propuesta acerca de la teoría de la autodeterminación asumen que las personas son activas por naturaleza, con una tendencia congénita a involucrarse con su entorno, a digerir nuevos conocimientos y a desarrollar una autorregulación autónoma. En este caso la autorregulación se entiende como aquellas causas o razones que cada persona considera que permiten exteriorizar una determinada conducta, y estas se agrupan en dos categorías: autónomas, cuando los motivos para actuar están alineados a los intereses, valores o necesidades de las personas; y controladas, si las razones que direccionan sus planes y conductas forman parte de estímulos o presión de un control externo.

Vera (2011), Moreno (2006) y Vargas (2012) refiriéndose a la teoría de la autodeterminación planteada por Deci, explica que dicha teoría para ser explicada como tal, se puede hacer a través de cinco mini teorías que abarcan las diferentes facetas de la puesta en marcha del proceso de motivación de las personas.

- La teoría de la evaluación cognitiva, que tiene como propósito detallar los factores que explican la variabilidad de la motivación intrínseca, enfocándose en las necesidades fundamentales de competencia y autonomía. Es decir que cuando los individuos participan de acciones que ellos han elegido de manera autónoma y ejercen control sobre las mismas, mejorara la motivación intrínseca, sin embargo, a medida que exista algún tipo de control externo, la motivación intrínseca disminuirá, con tendencia a desaparecer.
- La teoría de la integración orgánica (el continuum de la motivación), que permite detallar las diferentes formas de motivación extrínseca y los factores contextuales que promueven o impiden la interiorización e integración de estos en la regulación de las conductas. Este continuo de la motivación abarca desde la conducta no auto-determinada, hasta la conducta auto-determinada, el cambio de un tipo de conducta a otro, se da a través de tres tipos fundamentales de motivación: amotivación, motivación extrínseca y la motivación intrínseca.
- La teoría de las necesidades básicas, reflexiona acerca del bienestar psicológico y la salud mental de los individuos a partir de la satisfacción de tres necesidades innatas de los seres humanos en el que gira gran parte de su posicionamiento: competencia, autonomía y relación. En la medida que dichas necesidades sean satisfechas, las personas funcionarán más eficazmente y de manera saludable, pero, en la medida que no se consiga el cometido las personas evidenciaran enfermedad e ineficacia.

- La teoría de las orientaciones de causalidad, que contempla aspectos relativamente duraderos de las personas que los caracteriza y regula su comportamiento en función del control más interno o externo de la persona. Además, se describen tres tipos de orientaciones causales que guían la regulación de los individuos: orientación de control, orientación de autonomía y la orientación impersonal.
- La teoría de los contenidos de las metas, declara el impacto de las metas extrínsecas e intrínsecas, referidas a crecimiento personal, en el bienestar.

Para propósitos del presente estudio, abordaremos y ampliaremos la mini teoría de integración orgánica, que fue tomado como sustento para el diseño y desarrollo del instrumento que permitirá operacionalizar la motivación de logro. A través de los tres tipos fundamentales de motivación: amotivación, motivación extrínseca y la motivación intrínseca, se dan diferentes tipos de regulación que determinará el estado motivacional de la persona (Ryan & Deci, 2000).

- Amotivación; sin regulación, es el extremo del continuo de la auto-regulación y se refiere a carencia absoluta de motivación, ya sea esta intrínseca o extrínseca, evidenciando una falta de intencionalidad para actuar, en función de que el individuo no valora la actividad, no sintiéndose competente para realizarla o no esperando obtener el resultado esperado.
- Motivación extrínseca; regulación externa, es la forma menos auto-determinada de la motivación, en donde se evidencia una conducta que está en función de un estímulo externo, que trae como consecuencia la obtención

de un premio o un castigo. Los individuos exteriorizan una determinada conducta sintiéndose controlados.

- Motivación extrínseca; regulación introyectada, la introyección implica introducir dentro de uno la regulación, pero no el aceptarla como algo de uno mismo, es aquella en donde aparece cierto control de parte del sujeto, y la conducta que exterioriza está en función de obtener recompensas y evitar los castigos, es un estado motivacional en donde el sujeto se compromete parcialmente con las acciones.
- Motivación extrínseca; regulación identificada, la identificación refleja el otorgarle un valor consciente a una meta comportamental o regulación, tal que esa acción es aceptada o interiorizada de manera personal. Existe un mayor de autonomía, en donde la conducta es muy valorada y el individuo la estima como importante, por lo que la ejecutara espontáneamente, aunque la actividad no sea agradable, su característica principal es el compromiso.
- Motivación intrínseca al conocimiento, siendo que se trata de una motivación intrínseca, esta se llevara sin importar si se recibe o no una recompensa, en este caso se direcciona al sujeto a comprometerse en ejecutar una actividad por el placer y la satisfacción que experimenta mientras intenta aprender conocimientos nuevos.
- Motivación intrínseca al logro, siendo que la conducta es auto-determinada el sujeto evalúa y se compromete en realizar actividades gratificantes mientras continua con su proceso de aprendizaje e intenta mejorar o superarse a sí mismo.

- Motivación intrínseca a las experiencias estimulantes, es el estado motivacional en donde la conducta es regulada y el sujeto se compromete en la actividad por el solo hecho de experimentar sensaciones asociadas a sus propios sentidos.

2.3.1.6. Instrumento de medición de la motivación de logro

a) Test AMPET de motivación de logro.

Según Graupera, Gutiérrez, Nishida y Ruíz (2004), en este test se consideran tres dimensiones:

- Compromiso y entrega
- Competencia motriz percibida
- Ansiedad ante fracaso y estrés

b) Cuestionario MAPE-3

Propuesto por Tapia, Montero y Huertas (2000). Presenta las siguientes dimensiones:

- Miedo al fracaso
- Deseo de éxito y su reconocimiento
- Motivación por aprender
- Motivación externa
- Disposición al esfuerzo
- Desinterés por el trabajo y rechazo del mismo
- Ansiedad facilitadora del rendimiento

c) La Escala de Motivación Académica (EMA)

Diseñada por Vallerand et al. (1993), escala formada por 28 ítems, distribuidos en 7 dimensiones de 4 ítems cada una. Que evalúan 3 tipos de motivaciones intrínsecas (para saber, lograr cosas y experimentar estimulación), 3 tipos de motivación extrínseca (externa, introyectada, regulación identificada) y amotivación. En una escala del 1 al 7.

- Amotivación: Sin regulación: 1,2,3,4
- Motivación extrínseca: Regulación externa: 5.6,7,8
- Motivación extrínseca: Regulación introyectada: 9,10,11,12
- Motivación extrínseca: Regulación identificada: 13,14,15,16
- Motivación intrínseca al: Conocimiento: 17,18,19,20
- Motivación intrínseca al: Logro: 21,22,23,24
- Motivación intrínseca a las: Experiencias estimulantes: 25,26,27,28

2.3.2. Actitudes emprendedoras

2.3.2.1. Emprendimiento

Según Torroba (2014), inicialmente el termino emprendimiento fue dado por Richard Cantillón, en donde lo asocia con aquella persona de negocios que trabaja bajo condiciones de gastos conocidos y con ingresos desconocidos, operando bajo su propio riesgo sin tener la certeza de la obtención de un beneficio. Posteriormente Joseph Schumpeter, definiría emprendimiento como la búsqueda, evaluación y explotación de oportunidades en un mercado en desequilibrio, a partir de la innovación ya sea con la inserción de nuevos productos, la creación de nuevas organizaciones o simplemente la reorganización de una empresa ya existente.

Tanto, Gartner (1990), Poncio (2010) y Piñero (2015) definen el emprendimiento como la capacidad de crear, empezar y cometer una empresa, un negocio que encierra dificultad, riesgo o peligro. Además, Piñero agrega que no basta con tan solo crear o iniciar el negocio, sino que el emprendimiento tiene que ver como se llega a puerto en un viaje de aventura, es decir que el negocio iniciado tenga sus frutos.

2.3.2.2. Emprendedor

Según, Torroba (2014) ampliando en concepto dado por Schumpeter define al emprendedor como un innovador que implementa el cambio en los mercados a través de la introducción de nuevos productos que conllevan optimas combinaciones de los recursos, la creación de nuevas organizaciones o simplemente la reorganización de una empresa ya existente

Para Melville (2002), el emprendedor es aquella persona que arremete contra las barreras y circunstancias que se le presenta, considera a los errores como parte de la experiencia y el principio de un nuevo reto, en el sentido que ya no cometerá los mismos errores. La idea de negocio, con la acción lo hace realidad, que es parte de su crecimiento y su realización personal.

Por su parte, Gartner (1990) define al emprendedor como una persona que refina una idea creativa y la adapta a una oportunidad de mercado, reuniendo los recursos necesarios. Sin embargo, aclara que no necesariamente el negocio iniciado tenga que ser exitoso, para que la persona sea calificada como emprendedora.

2.3.2.3. Actitud

Para Robbins & Couter (2010) y Worchel, Cooper, Goethals, & Olson (2009) las actitudes son exposiciones evaluadoras, que pueden ser favorables o desfavorables, respecto de objetos, personas o acontecimientos. Es la exteriorización de lo que siente el individuo en relación a algo. Posee tres componentes: cognitivo, afectivo y comportamental.

Del mismo modo Kassin, Fein y Hazel (2010) definen la actitud como la valoración positiva, negativa o mixta que formulamos respecto de algún objeto y lo exteriorizamos con un nivel de intensidad exacto. Gusto, amor, desagrado, aprecio y odio constituyen el tipo de palabras que la gente acostumbra a usar para describir sus actitudes.

2.3.2.4. Actitud emprendedora

Según Quintero (2007) define la actitud emprendedora como la propia voluntad, que se da de manera persistente para iniciar y de organizar teniendo en cuenta la limitación de los recursos disponibles, a fin de generar resultados concretos, en cualquier actividad que realice.

Para Farfán (2017) las actitudes emprendedoras son los diferentes tipos de proceder del comportamiento o conducta de las personas con tendencia hacia el logro de objetivos, correr riesgos y perseverar hacia la obtención de algo que puede ser una meta particular o el inicio de un negocio. Las actitudes emprendedoras se muestran contrarias a los hábitos o comportamientos de fatalismo, derrotismo, temor al cambio y autoestima negativa.

2.3.2.5. Cómo se constituye la actitud emprendedora

Según, Fontaines, Palomo de Rivero, Velásquez, & Aguirre (2016) sostienen que la actitud emprendedora se va reforzando con:

- Sentido crítico de la responsabilidad
- Motivación al logro
- Autoeficacia para la construcción del trabajo
- Resiliencia en el cumplimiento de las metas
- Percepción de las oportunidades de negocio

Según, Durán-Aponte y Arias-Gómez (2015) la actitud emprendedora está constituido por:

- Optimismo
- Proactividad
- Persistencia
- Creatividad e innovación

2.3.2.6. Factores que influyen en las actitudes emprendedoras

Según, Mora (2011) los principales factores que influyen significativamente en las actitudes emprendedoras son:

- Necesidad o motivación de logro.
- Innovación
- Control percibido interno
- Autoestima
- Propensión al riesgo

- La educación empresarial recibida en la universidad (Neira, Portela, Fernandez y Rodeiro, 2013)
- La familia (Neira et al., 2013)
- El entorno

2.3.2.7. Cómo medir la actitud emprendedora

Para operacionalizar la actitud emprendedora, se hizo a través de la escala unidimensional adaptada por Gassé (citado por Roth y Lacoa, 2009). El instrumento cuenta con 15 reactivos y se midieron en una escala tipo *Likert* con puntuaciones del 1 al 4 (1 totalmente en desacuerdo al 4 totalmente de acuerdo). El índice de alfa de Cronbach para la escala total fue de 0,845. Se consideró las dimensiones.

- Optimismo: 1, 2, 3, 4
- Proactividad: 5, 6, 7, 8
- Persistencia: 9, 10, 11, 12
- Creatividad e innovación: 12, 14, 15

2.3.2.8. Dimensiones de la actitud emprendedora

Según Roth y Lacoa (2009) describen las actitudes emprendedoras como acciones que están orientadas hacia actividades creativas y la imaginación, restándole valor a la suerte y a estímulos de carácter externo, otorgándole al futuro emprendedor un carácter innovador y proactivo.

Sánchez (2010) expone, que los emprendedores son aquellos que invierten más esfuerzo y persisten en buscar los resultados deseados, pues se creen capaces de poder control el entorno en que se desenvuelven.

En la misma línea del pensamiento y en concordancia con lo dicho anteriormente, el emprendedor es el que, con optimismo y persistencia, afronta situaciones adversas hasta lograr los resultados deseados, buscado soluciones, con creatividad yendo un paso adelante que los demás, a fin, de crear cosas nuevas o de mejorar las que ya existen. Las dimensiones que permite operacionalizar la actitud emprendedora son:

- Optimismo, considerado como la reacción de manera positiva ante las circunstancias adversas relacionadas con el negocio, se tiene confianza de poder revertir las cosas, sortear los problemas sin temor y con una disposición absoluta a emprender nuevos proyectos.
- Proactividad, es la actitud que asume el pleno control de la propia conducta y se toman iniciativas para desarrollar actividades creativas e innovadoras, con miras a buscar la excelencia, dando todo de sí.
- Persistencia, es el reconocimiento de los propios errores, extrayendo las lecciones necesarias, para no volverlos a cometer, de tal manera que se encuentra la fortaleza suficiente para volver a intentar. El emprendedor no abandona los proyectos en situaciones adversas, al contrario, busca diversos canales de solución a tales problemas.
- Creatividad e innovación, es una actitud imaginativa y creativa que procura facilitar el funcionamiento de las cosas, la satisfacción de necesidades y la

búsqueda de respuestas nuevas a problemáticas planteadas; haciendo uso de herramientas tecnológicas.

Cuestionario de Actitudes Emprendedoras propuesta por Radovich (citado por Cumpa y Martinez, 2019). El autor presenta el cuestionario con 5 dimensiones. A continuación, se presentan las dimensiones con sus respectivos indicadores:

- Necesidad de logro: Emocionarse por lograr, 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.

2.3.2.9. Asociación entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras.

Existe asociación entre la alta necesidad de logro y el espíritu emprendedor en las personas (Morán y Menezes, 2016). Esto se explicaría de la siguiente manera: Siendo que al iniciar un negocio se necesitan investigar nichos de mercado, a fin de pronosticar el éxito; con esta información se pueda asumir riesgos, precisamente los

sujetos con alta motivación de logro se caracterizan por investigar y ser innovadores constantes y por probar las cosas.

La necesidad de logros, la autorrealización, la independencia, la afiliación, la competencia y el poder, son razones o factores que tienen mayor influencia en el comportamiento empresarial (Barba y Atienza, 2012) no dejando de lado el tema financiero cono preponderante, lo dice también (Marulanda y Morales, 2016).

2.4. Definición de términos

- Motivación de logro. Es el impulso interno que tiene la persona en relación al logro de una meta de excelencia, la misma que cuando es alcanzada refuerza el impulso interior para lograr metas superiores.
- Actitud emprendedora. Es la disposición de ánimo que tiene el estudiante para crear su empleo, empresa u otras actividades económicas rentables.

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

La motivación de logro se relaciona significativamente con las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima, 2019.

2.5.2. Hipótesis específicas

- La amotivación de los estudiantes se relaciona significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios

de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

- El nivel de regulación externa de los estudiantes se relaciona significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- La regulación introyectada de los estudiantes se relaciona significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- Las regulaciones identificadas de los estudiantes se relacionan significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- El nivel de motivación intrínseca al conocimiento de los estudiantes se relaciona significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.
- El nivel de motivación al logro de los estudiantes se relaciona significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

- EL nivel de motivación interna a las experiencias estimulantes de los estudiantes se relaciona significativamente con las dimensiones de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

Capítulo III. Materiales y métodos

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación corresponde a una investigación cuantitativa, descriptiva y correlacional. La variable motivación de Logro se correlacionará con la variable actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, debido a que no se manipularon las variables y los datos se tomaron tal como se dan en su contexto natural. Además, es de corte transversal porque los datos se recolectaron en momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población estuvo formada por los 325 estudiantes matriculados en ciclo 2019-II de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima, 2019.

3.3.2. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población. (310 estudiantes de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima)

p = probabilidad de éxito (50%)

q = probabilidad de fracaso (50%)

e = margen de error a tolerar (5%)

Z = valor distribución normal estándar. (1.96)

Para nuestro caso de estudio n = 183 estudiantes de la carrera de Administración y Negocios Internacionales.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica de recolección de datos

Habiendo, determinado el número de la muestra, ahora se hará la selección de quienes formaran parte de la muestra. (Hernández et al., 2014), sugiere para estos casos, que, el muestreo debe ser no probabilístico y por conveniencia, se aplicará directa y personalmente el instrumento de medición que evaluará las dos variables de estudio (Motivación de logro y Actitudes emprendedoras).

3.4.2. Instrumentos

3.4.2.1. Escala de Motivación Académica (EMA)

Diseñada por (Vallerand et al., 1993), escala formada por 28 ítems, distribuidos en 7 dimensiones de 4 ítems cada una. Que evalúan 3 tipos de motivaciones intrínsecas (para saber, lograr cosas y experimentar estimulación), 3 tipos de motivación extrínseca (externa, introyectada, regulación identificada) y amotivación. En una escala del 1 al 7.

3.4.2.2. Para operacionalizar la actitud emprendedora

Se hizo a través de la escala unidimensional ¿Soy del tipo emprendedor? (STE) adaptada por Gassé (citado por Roth y Lacoa, 2009). El instrumento cuenta con 15 reactivos y se midieron en una escala tipo Likert con puntuaciones del 1 al 4 (1 totalmente en desacuerdo al 4 totalmente de acuerdo). El índice de alfa de Cronbach para la escala total fue de 0.845. Se consideró las dimensiones: optimismo, proactividad, persistencia y creatividad e innovación.

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de los datos se utilizó el *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versión 22 para *Windows*. Además, se obtendrán los resultados descriptivos y los resultados estadísticos inferenciales tal como el índice de correlación pertinente, así como el p valor para dar la significancia a la correlación.

3.6. Validación de instrumentos

Para poder usar los instrumentos especificados anteriormente se procedió a realizar una prueba piloto con las siguientes características

- Se eligió una muestra no probabilística, compuesta por 40 participantes
- Se les solicito el llenado de la encuesta, para la motivación de logro con 28 reactivos y para actitudes emprendedoras 15 reactivos
- La información recolectada se sometió al *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versión 22 para *Windows*, con la finalidad de encontrar el Alpha de Cronbach, el mismo que nos diría que tan confiables son los instrumentos.

A continuación, presentamos en la Tabla 1 y Tabla 2 presentamos los resultados estadísticos respecto al nivel del Alpha de Cronbach, tanto para las variables como para las dimensiones respectivamente

Tabla 1

Análisis de confiabilidad de la Escala Motivación de Logro

Variable	Alfa	Elementos	Participantes
Amotivación	0.894	4	40
Regulación externa	0.801	4	40
Regulación introyectada	0.907	4	40
Regulación identificada	0.889	4	40
Regulación interna al conocimiento	0.922	4	40
Regulación interna al logro	0.938	4	40
RI a las experiencias gratificantes	0.902	4	40
Motivación de Logro	0.909	28	40

Tabla 2

Análisis de confiabilidad del Cuestionario Actitudes emprendedoras

Variable	Alfa	Elementos	Participantes
Optimismo	0.791	4	40
Proactividad	0.824	4	40
Persistencia	0.816	4	40
Creatividad e innovación	0.813	3	40
Actitudes emprendedoras	0.923	15	40

A la luz de los resultados, se nos permite concluir que los instrumentos, son confiables y reportaran la información que el investigador requiere

Capítulo IV. Resultados y discusión

4.1. Resultados

4.1.1. Descripción del lugar de estudios

Los instrumentos anteriormente descritos, fueron aplicados en la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, perteneciente a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión. La EP Administración, acreditada en el año 2016, le permite seguir asumiendo con mayor responsabilidad la formación de profesionales íntegros, misioneros e innovadores, a través de una alta calidad educativa y que estén al servicio de la sociedad.

Después de la recopilación de la información, el proceso y análisis estadístico, correspondiente presentamos los resultados generados en el trabajo de investigación.

4.1.2. Resultados sociodemográficos

En la Tabla 3 se presentan los datos sociodemográficos de la muestra, en donde se describen las características especiales, que nos permiten inferir la peculiaridad de la población. La muestra estuvo formada por 166 estudiantes que participaron del estudio, de los cuales 85 son del sexo femenino y 81 son del sexo masculino, notándose una ligera diferencia de tan solo 4 estudiantes, evidenciando que la participación entre hombres y mujeres fue casi igual. En cuanto a la edad la muestra estuvo conformada por un conglomerado de 86 estudiantes, el 51.8% del total de los encuestados con una edad promedio de 20 años, y tan solo 12 estudiantes que

representa el 7.2% tiene una edad mayor a 26 año. Encontrándose así una diferencia significativa de 74 estudiantes, evidenciando la precocidad de los jóvenes al iniciar sus estudios universitarios, debido a que la mayor participación registrada es de estudiantes de los primeros ciclos. En cuanto a la participación por ciclo de estudio se muestra con menor participación a los del IX y VII ciclo con 1 y 2 participantes respectivamente, asumiendo que esto se trataría de estudiantes irregulares, seguidamente la participación de 13 estudiantes del II ciclo, 33 estudiantes del X ciclo, con 37 estudiantes los ciclos VI y VIII, con una mayor presencia los estudiantes del IV ciclo con 43 estudiantes, entre estos últimos existe una pequeña diferencia de 6 estudiantes. Finalmente, la muestra estuvo formada por 34 estudiantes que proceden de la selva, 42 procedentes de la sierra y 90 de la costa, habiendo una diferencia significativa entre estas dos últimas de 38 estudiantes. Esto es atribuido a que la universidad se encuentra ubicada en la región costa, brindando mayores posibilidades de concurrencia de los lugareños.

Tabla 3

Datos sociodemográficos de los participantes

	n	%
Género		
Masculino	81	48.8%
Femenino	85	51.2%
Edad		
De 17 a 20 años	86	51.8%
De 21 a 25 años	68	41.0%
De 26 a 30 años	12	7.2%
Ciclo de estudios		
II	13	7.8%
IV	43	25.9%
VI	37	22.3%
VII	2	1.2%
VIII	37	22.3%

IX	1	0.6%
X	33	19.9%
Procedencia		
Costa	90	54.2%
Sierra	42	25.3%
Selva	34	20.5%

4.1.3. Resultados descriptivos de motivación de logro

La Tabla 4 muestra las categorías de percepción de los encuestados, respecto a la motivación de logro y sus dimensiones, clasificada según los percentiles 25 y 75, considerando la división en bajo, moderado y alto. Se consideró para la dimensión amotivación aquellos valores que son menores a 4 como bajo, aquellos que oscilan entre 4 y 9 como moderado y los superiores a 9 como alto. Para la dimensión regulación externa, como bajo a los valores menores a 16, moderado entre 16 a 25 y alto superiores a 25. En cuanto a la dimensión regulación introyectada se considera como bajo a los valores menores a 16, moderado a los valores entre 16 y 25 y alto a los valores mayores a 25. Para la dimensión regulación identificada los valores menores a 21 considerar como bajo, entre 21 y 27 moderado y mayores a 27 como alto. La dimensión motivación interna al conocimiento se considera bajo a valores menores a 22, moderado entre 22 y 28 y alto a valores mayores a 28. Para la dimensión motivación interna al logro a los valores menores a 21 considerar como bajo, moderado a los valores entre 21 y 27 y alto a los valores mayores a 27. Para la dimensión motivación interna a las experiencias estimulantes considera a los valores menores a 18 como bajo, moderado entre 18 y 25 y alto a los valores mayores a 25. Finalmente, para la variable motivación al logro considerar como bajo a los valores

menores a 130, moderado a los valores entre 130 y 157 y alto a los valores mayores a 157.

Tabla 4

Escala de medición de la motivación de logro y sus dimensiones

Dimensión	Niveles de Percepción		
	Bajo	Moderado	Alto
Amotivación	< 4	4 - 9	9 <
Regulación Externa	< 16	16 - 25	25 <
Regulación Introyectada	< 16	16 - 25	25 <
Regulación Identificada	< 21	21- 27	27 <
Motivación Interna al Conocimiento	< 22	22 - 28	28 <
Motivación Interna al Logro	< 21	21 - 27	27 <
Motivación Interna a las Experiencias Estimulantes	< 18	18 - 25	25 <
Motivación de Logro	< 130	30 - 157	157 <

En la Tabla 5, se muestra el nivel de percepción de los estudiantes encuestados respecto a las dimensiones de la motivación de logro. Se observa que 125 estudiantes que representa el 75.3% de los encuestados, evidencia a la amotivación en un nivel moderado a diferencia de 41 estudiantes que representa el 24.7% de los encuestados que manifiestan un nivel alto. Esta dimensión por estar formada de ítems inversos la puntuación alta significa que los 41 estudiantes no se encuentran lo suficientemente motivados, por lo que todavía tienen dudas acerca de su permanencia en la universidad.

Seguidamente se presenta el nivel de percepción respecto la regulación externa, en donde 114 estudiantes que representan el 68.7% lo evidencia como moderado, a diferencia de 24 estudiantes que es el 14.5% lo percibe como bajo y 28 estudiantes que representa a el 16.9% lo advierte como alto. Evidenciándose que los

estudiantes, se encuentran motivados por el beneficio a futuro que va a tener por el hecho de seguir una carrera universitaria.

A continuación, se muestra la regulación introyectada, en donde 94 participantes que es el 56.6% lo percibe como moderado, 38 estudiantes que es el 22.9% lo evidencia como alto y 34 estudiantes que es el 20.5% lo experimenta como bajo. Interpretándose los niveles moderado y alto como, un involucramiento parcial en la carrera universitaria y como consecuencia se tenga estudiantes con un rendimiento académico regular.

Para la regulación identificada 93 participantes que significa el 56% lo percibe como moderado, 39 participantes que son el 23.5% lo evidencian como bajo y 34 participantes que son el 20.5% lo advierte como alto. Esto nos indica que los niveles de percepción moderado y alto, son buenos resultados porque indican el compromiso con la decisión de tener una carrear universitaria, consecuentemente se tendrá estudiantes con un rendimiento académico bueno y muy bueno.

En cuanto a la dimensión motivación interna al conocimiento el 79.5% de los participantes lo considera como moderado, el 20.5% lo advierte como bajo y ninguno lo percibe como alto. Evidenciándose el compromiso y la satisfacción al descubrir cosas nuevas y novedosas mientras avanza en su proceso de formación universitaria.

La perspectiva para la dimensión motivación interna al logro, el 56% lo evidencia como moderado, el 22.9% lo advierte como bajo y el 21.1% lo experimenta como alto. Interpretando que los niveles moderado y alto significa, el compromiso y

satisfacción por las mejoras y logros que adquiere al superarse a sí mismo, en el camino del proceso se su formación universitaria.

Finalmente, para la dimensión motivación interna a las experiencias estimulantes tenemos que un 57.8% de los participantes lo experimenta como moderado, un 21.8% lo considera como alto y un 21.2% lo evidencia como bajo. Los niveles moderado y alto demuestran el compromiso de los estudiantes al realizar actividades por el hecho de experimentar gratas sensaciones asociadas a sus sentidos.

Y para la variable motivación al logro, de manera global tenemos que 89 estudiantes que representan un 53.6% del total de la muestra lo evidencian como moderado, a diferencia de 40 estudiantes que son el 24.1% lo experimentan como bajo y 37 estudiantes que son el 22.3% lo perciben como alto. Esta percepción nos demuestra que el 75.9 % de los estudiantes encuestados se encuentra motivado y comprometido en realiza las actividades porque se siente satisfecho al conseguir y superar sus metas.

Tabla 5

Nivel de percepción de motivación de logro y sus dimensiones

	Bajo		Moderado		Alto	
	n	%	n	%	n	%
Motivación de logro	40	24.1%	89	53.6%	37	22.3%
Amotivación	0	0.0%	125	75.3%	41	24.7%
Regulación extrema	24	14.5%	114	68.7%	28	16.9%
Regulación introyectada	34	20.5%	94	56.6%	38	22.95
Regulación identificada	39	23.5%	93	56.0%	34	20.5%
Motivación interna al conocimiento	34	20.5%	132	79.5%	0	0.0%
Motivación interna al logro	38	22.9%	93	56.0%	35	21.1%
Motivación interna a las experiencias estimulantes	35	21.2%	94	57.0%	36	21.8%

4.1.4. Descripción de los indicadores de la motivación de logro

La dimensión amotivación cuenta con 4 indicadores, tal como muestra la Tabla 6. Se aprecia que el 71.7% (nada en absoluto y muy poco) de los encuestados tiene la impresión clara de los objetivos que persigue al estar en la universidad, a diferencia del 8.4 % (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados que no tienen muy en claro por qué su presencia en la Universidad. En el segundo ítem el 69.3% (nada en absoluto y muy poco) de los encuestados están seguros de haber iniciado y continuar sus estudios, a diferencia del 12.6 % (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados que manifiestan no estar seguros de seguir los estudios; esto es un tema de preocupación, debido a que estos estudiantes serían considerados como posibles desertores. En el tercer ítem el 82% (nada en absoluto y muy poco) de la unidad de estudio tiene en claro el propósito del porque asiste a la universidad, a diferencia del 70.8% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados que se encuentra desmotivado y no tiene las suficientes razones como para continuar estudiando. En cuarto ítem el 85% (nada en absoluto y muy poco) de los encuestados a entendido la finalidad de su permanencia en la universidad, el 6.6% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados manifiesta tener serias dudas del porque seguir en la universidad. Se concluye que más de la mitad de los estudiantes se encuentran motivados para continuar sus estudios, y tienen en claro el propósito por la cual permanecen en la Universidad.

Tabla 6

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión amotivación

		n	%
Sinceramente no lo sé; verdaderamente, tengo la impresión de perder el tiempo en la universidad	Nada en absoluto	82	49.4%
	Muy poco	37	22.3%
	Poco	19	11.4%
	Medianamente	14	8.4%
	Bastante	8	4.8%
	Mucho	5	3.0%
	Totalmente de acuerdo	1	0.6%
En su momento, tuve buenas razones para ir a la universidad; pero, ahora me pregunto si debería continuar en ella.	Nada en absoluto	71	42.8%
	Muy poco	44	26.5%
	Poco	21	12.7%
	Medianamente	9	5.4%
	Bastante	9	5.4%
	Mucho	7	4.2%
	Totalmente de acuerdo	5	3.0%
No sé porque voy a la universidad y francamente, me trae sin cuidado.	Nada en absoluto	110	66.3%
	Muy poco	26	15.7%
	Poco	9	5.4%
	Medianamente	8	4.8%
	Bastante	4	2.4%
	Mucho	5	3.0%
	Totalmente de acuerdo	4	2.4%
No lo sé; no consigo entender qué hago en la universidad.	Nada en absoluto	110	66.3%
	Muy poco	31	18.7%
	Poco	4	2.4%
	Medianamente	10	6.0%
	Bastante	5	3.0%
	Mucho	2	1.2%
	Totalmente de acuerdo	4	2.4%

La dimensión regulación externa, por su parte cuenta con cuatro indicadores tal como se muestra en la Tabla 7. En el primer ítem el 45.3% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados cree que con el bachillerato no es suficiente para encontrar un buen trabajo, a diferencia del 18.6% (nada en absoluto y muy

poco) de los encuestados se conforma con obtener tan solo el grado de bachiller. Para el segundo ítem el 62.1% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) manifiesta que el estudiar una carrera universitaria le permitirá conseguir un empleo prestigioso, y esa posibilidad se da tan solo con el estudio, mientras que para el 11.4% no cree que tener una carrera universitaria le permita tener mejores posibilidades de empleo. En tercer ítem el 81.4% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los participantes manifiesta que tener un título universitario es garantía de un buen trabajo que le permitirá "gozar de una buena vida". En el cuarto ítem el 74.1% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados manifiesta que la motivación de tener un buen sueldo los anima a continuar con los estudios, a diferencia de 5.4% (nada en absoluto y muy poco) de los participantes que no está convencido de que tener un título universitario lo garantice que en el futuro llegue a tener un buen sueldo.

Tabla 7

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión regulación externa.

		n	%
Porque sólo con el Bachillerato no podría encontrar un empleo bien pagado	Nada en absoluto	12	7.2%
	Muy poco	19	11.4%
	Poco	28	16.9%
	Medianamente	32	19.3%
	Bastante	32	19.3%
	Mucho	22	13.3%
	Totalmente de acuerdo	21	12.7%
Para poder conseguir en el futuro un trabajo más prestigioso	Nada en absoluto	8	4.8%
	Muy poco	11	6.6%
	Poco	13	7.8%
	Medianamente	31	18.7%
	Bastante	30	18.1%

	Mucho	32	19.3%
	Totalmente de acuerdo	41	24.7%
Porque en el futuro quiero tener una “buena vida”	Nada en absoluto	2	1.2%
	Muy poco	6	3.6%
	Poco	6	3.6%
	Medianamente	17	10.2%
	Bastante	26	15.7%
	Mucho	37	22.3%
	Totalmente de acuerdo	72	43.4%
Para tener un sueldo mejor en el futuro.	Nada en absoluto	5	3.0%
	Muy poco	4	2.4%
	Poco	9	5.4%
	Medianamente	25	15.1%
	Bastante	24	14.5%
	Mucho	37	22.3%
	Totalmente de acuerdo	62	37.3%

En cuanto a la dimensión regulación introyectada que mostramos en la Tabla 8. Para el primer ítem un 72.3% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los participantes manifiestan que hacen las cosas porque quieren demostrarse a sí mismos como a los demás que son capaces de culminar la carrera que empezó, a diferencia de un 9% que evidencia que terminar la carrera sea más por imposición que por pasión. En el segundo ítem un 72.1% cree que estar en la universidad adquiere un estatus en la sociedad. Para el tercer ítem el 60.3% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) tiene la apreciación de que estar en la universidad es probar que es inteligente y que producto de su esfuerzo puede progresar, a diferencia del 13.8% (nada en absoluto y muy poco) de los participantes que percibe lo contrario. En el cuarto ítem el 79% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) tiene la percepción, de que estar en la universidad es para probar que es capaz de

tener éxito en los estudios, a diferencia del 6% (nada en absoluto y muy poco) que evidencia tener otros motivos que lo animan a seguir estudios universitarios.

Tabla 8

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión regulación introyectada.

		n	%
Para demostrarme que soy capaz de terminar una carrera universitaria	Nada en absoluto	8	4.8%
	Muy poco	7	4.2%
	Poco	9	5.4%
	Medianamente	22	13.3%
	Bastante	24	14.5%
	Mucho	39	23.5%
	Totalmente de acuerdo	57	34.3%
Porque aprobar en la universidad me hace sentirme importante.	Nada en absoluto	9	5.4%
	Muy poco	14	8.4%
	Poco	20	12.0%
	Medianamente	20	12.0%
	Bastante	29	17.5%
	Mucho	39	23.5%
	Totalmente de acuerdo	35	21.1%
Para demostrarme que soy una persona inteligente.	Nada en absoluto	11	6.6%
	Muy poco	12	7.2%
	Poco	19	11.4%
	Medianamente	24	14.5%
	Bastante	26	15.7%
	Mucho	43	25.9%
	Totalmente de acuerdo	31	18.7%
Porque quiero demostrarme que soy capaz de tener éxito en mis estudios.	Nada en absoluto	5	3.0%
	Muy poco	5	3.0%
	Poco	5	3.0%
	Medianamente	20	12.0%
	Bastante	26	15.7%
	Mucho	39	23.5%
	Totalmente de acuerdo	66	39.8%

La dimensión regulación identificada también cuenta con cuatro indicadores que se muestra en la Tabla 9. En el primer ítem el 83.1% (totalmente de acuerdo, mucho

y bastante) de los encuestados está convencido de que los estudios universitarios lo ayudarán a tener una mejor preparación en la carrera que ha elegido, a diferencia del 3.6% (nada en absoluto y muy poco) de los participantes duda de la buena preparación universitaria. En el segundo ítem un 87.4% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los participantes afirman que los estudios universitarios les permitirán una inserción laboral exitosa en la carrera para la que estudia, de manera divergente un 3.6% (nada en absoluto y muy poco) evidencia duda de una inserción laboral exitosa a pesar de tener estudios universitarios. En el tercer ítem un 80.7% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los indagados informaron que los estudios que llevan a cabo reafirman su vocación profesional de estudiar la carrera que eligió. Y en el cuarto ítem un 89.8% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los participantes confirman que el hecho de seguir estudiando, es para mejorar sus competencias y lo hace candidato elegible en el mercado laboral, contrariamente un 3.6% (nada en absoluto y muy poco) de los encuestados no cree mejorar con los estudios universitarios.

Tabla 9

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión regulación identificada.

		n	%
Porque pienso que los estudios universitarios me ayudarán a preparar mejor en la carrera que he elegido.	Nada en absoluto	4	2.4%
	Muy poco	2	1.2%
	Poco	6	3.6%
	Medianamente	16	9.6%
	Bastante	18	10.8%
	Mucho	57	34.3%
	Totalmente de acuerdo	63	38.0%

Porque posiblemente me permitirá entrar en el mercado laboral dentro del campo que a mí me guste.	Nada en absoluto	4	2.4%
	Muy poco	2	1.2%
	Poco	5	3.0%
	Medianamente	10	6.0%
	Bastante	25	15.1%
	Mucho	56	33.7%
	Totalmente de acuerdo	64	38.6%
Porque me ayudará a elegir mejor mi orientación profesional.	Nada en absoluto	4	2.4%
	Muy poco	5	3.0%
	Poco	6	3.6%
	Medianamente	17	10.2%
	Bastante	17	10.2%
	Mucho	46	27.7%
	Totalmente de acuerdo	71	42.8%
Porque creo que unos pocos años más de estudios van a mejorar mi competencia como profesional.	Nada en absoluto	5	3.0%
	Muy poco	1	0.6%
	Poco	4	2.4%
	Medianamente	7	4.2%
	Bastante	25	15.1%
	Mucho	48	28.9%
	Totalmente de acuerdo	76	45.8%

Para la dimensión motivación interna al conocimiento se identifican cuatro indicadores, tal como se muestra en la Tabla 10, en el primer ítem el 92.8% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los participantes manifiestan estar motivados por el hecho de querer aprender algo nuevo, en contraste un 2.4% (nada en absoluto y muy poco) no están motivados por el aprendizaje de nuevos conocimientos. En el segundo ítem el 92.2% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados evidencia que está motivado hacia la investigación y se siente satisfecho al descubrir lo desconocido, por el contrario, el 1.8% (nada en absoluto y muy poco) no está motivado por el descubrimiento de cosas nuevas. En el tercer ítem el 85.6% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) manifiesta que se

encuentra motivado cuando el aprendizaje se refiere a los cursos que lo atraen. Finalmente, en el cuarto ítem un 91.6% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) está motivado por el hecho de aprender a medida que avanza en sus estudios y lo encuentra gratificante, sabiendo que en algún momento los conocimientos los pondrá en práctica, y un 1.8% (nada en absoluto y muy poco) manifiesta todo lo contrario.

Tabla 10

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión Motivación interna al conocimiento.

		n	%
Porque para mí es un placer y una satisfacción aprender cosas nuevas.	Nada en absoluto	1	0.6%
	Muy poco	3	1.8%
	Poco	1	0.6%
	Medianamente	7	4.2%
	Bastante	25	15.1%
	Mucho	49	29.5%
	Totalmente de acuerdo	80	48.2%
Por el placer de descubrir cosas nuevas desconocidas para mí	Nada en absoluto	2	1.2%
	Muy poco	1	0.6%
	Poco	4	2.4%
	Medianamente	6	3.6%
	Bastante	27	16.3%
	Mucho	48	28.9%
	Totalmente de acuerdo	78	47.0%
Por el placer de saber más sobre las asignaturas que me atraen.	Nada en absoluto	3	1.8%
	Muy poco	3	1.8%
	Poco	7	4.2%
	Medianamente	11	6.6%
	Bastante	26	15.7%
	Mucho	45	27.1%
	Totalmente de acuerdo	71	42.8%
Porque mis estudios me permiten continuar aprendiendo un montón de cosas que me interesan	Nada en absoluto	1	0.6%
	Muy poco	2	1.2%
	Poco	4	2.4%
	Medianamente	7	4.2%
	Bastante	22	13.3%

	Mucho	49	29.5%
	Totalmente de acuerdo	81	48.8%

En cuanto a la dimensión motivación interna al logro, se presentan cuatro indicadores tal como se muestra en la Tabla 11, en el primer ítem el 84.3% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de la muestra evidencia una motivación que es progresiva, cada vez que supera los diferentes escalones en su proceso de aprendizaje. En el segundo ítem un 88.4% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados manifiesta estar motivada cada vez que supera sus retos personales y va rumbo a la meta trazada, a diferencia del 4.9% (nada en absoluto y muy poco) que manifiesta llegar a la meta lo hace más por compromiso de cumplir. En el tercer ítem un 83.2% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) demuestra estar motivado cada vez que supera obstáculos difíciles y logra sobresalir, pero, el 5.4% (nada en absoluto y muy poco) informa no estar motivado para cumplir con las metas. En el cuarto ítem el 81.9% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) se motiva estando en la universidad ya que lo considera como un reto y como el medio de perfeccionarse en los estudios, mientras que el 6.6% (nada en absoluto y muy poco) discrepa en que por medio de los estudios universitarios pueda perfeccionarse.

Tabla 11

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión motivación interna al logro.

		n	%
Por la satisfacción que siento cuando me supero en mis estudios.	Nada en absoluto	2	1.2%
	Muy poco	8	4.8%
	Poco	5	3.0%

	Medianamente	11	6.6%
	Bastante	25	15.1%
	Mucho	56	33.7%
	Totalmente de acuerdo	59	35.5%
Por la satisfacción que siento al superar cada uno de mis objetivos personales.	Nada en absoluto	2	1.2%
	Muy poco	6	3.7%
	Poco	6	3.7%
	Medianamente	5	3.0%
	Bastante	23	14.0%
	Mucho	48	29.3%
	Totalmente de acuerdo	74	45.1%
Por la satisfacción que siento cuando logro realizar actividades académicas difíciles	Nada en absoluto	3	1.8%
	Muy poco	6	3.6%
	Poco	8	4.8%
	Medianamente	11	6.6%
	Bastante	21	12.7%
	Mucho	44	26.5%
	Totalmente de acuerdo	73	44.0%
Porque la universidad me permite sentir la satisfacción personal en la búsqueda de la perfección dentro de mis estudios.	Nada en absoluto	4	2.4%
	Muy poco	7	4.2%
	Poco	8	4.8%
	Medianamente	11	6.6%
	Bastante	29	17.5%
	Mucho	51	30.7%
	Totalmente de acuerdo	56	33.7%

La dimensión motivación interna a las emociones estimulantes presenta también cuatro indicadores, mostrados en la Tabla 12. En el primer ítem el 81.3% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los participantes exteriorizan su motivación cuando expresa sus ideas y estas son tomadas en cuenta, a diferencia del 3% (nada en absoluto y muy poco) de los participantes que manifiesta que opta por guardar silencio. En el segundo ítem el 67.9% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) de los encuestados encuentra una alta motivación en la búsqueda y lectura de autores

nuevos. En el tercer ítem un 68.5% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) está motivado cuando encuentra autores que lo cautivan con sus escritos y permiten que siga investigando. Finalmente, un 78.2% (totalmente de acuerdo, mucho y bastante) manifiesta motivarse cuando se dedica a investigar y está pendiente de los avances que se generan en temas relacionados a su carrera, a diferencia de un 4.2% (nada en absoluto y muy poco) que manifiesta no gustarle estar pendiente de los avances y cambios que se dan en el entorno de su carrera.

Tabla 12

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión motivación interna a las emociones estimulantes.

		Frecuencia	Porcentaje
Por los intensos momentos que vivo cuando comunico mis propias ideas a los demás	Nada en absoluto	1	0.6%
	Muy poco	4	2.4%
	Poco	10	6.1%
	Medianamente	16	9.7%
	Bastante	32	19.4%
	Mucho	58	35.2%
	Totalmente	44	26.7%
Por el placer de leer autores interesantes	Nada en absoluto	3	1.8%
	Muy poco	6	3.6%
	Poco	15	9.1%
	Medianamente	29	17.6%
	Bastante	27	16.4%
	Mucho	49	29.7%
	Totalmente	36	21.8%
Por el placer que experimento al sentirme completamente absorbido por lo que ciertos autores han escrito.	Nada en absoluto	4	2.4%
	Muy poco	5	3.0%
	Poco	22	13.3%
	Medianamente	21	12.7%
	Bastante	27	16.4%
	Mucho	54	32.7%
	Totalmente	32	19.4%
Porque me gusta meterme de lleno cuando leo diferentes temas interesantes.	Nada en absoluto	1	0.6%
	Muy poco	6	3.6%
	Poco	10	6.1%

	Medianamente	19	11.5%
	Bastante	25	15.2%
	Mucho	54	32.7%
	Totalmente	50	30.3%

4.1.5. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones de la motivación de logro

La Tabla 13 muestra la media y la desviación estándar de las puntuaciones referente a las dimensiones: amotivación, regulación externa y regulación introyectada de la motivación de logro. En la amotivación en indicador con una mayor media de 2.3 es: “En su momento, tuve buenas razones para ir a la universidad; pero, ahora me pregunto si debería continuar en ella” cuyo resultado debería preocupar ya que existen estudiantes que aún no encuentran una motivación para continuar sus estudios universitarios, lo que implicaría que puedan ser considerados como potenciales desertores. Y el indicador con una menor ponderación de 1.7 es: “No lo sé; no consigo entender qué hago en la universidad”, evidenciando que existen estudiantes que no tienen claro su propósito del porque están en la universidad. Por su parte en la regulación externa el indicador: “Porque en el futuro quiero tener una “buena vida” es el de mayor media con 5.8, prevalece la motivación incentivada por el hecho de que en futuro tenga una vida holgada, el indicador: “Porque sólo con el Bachillerato no podría encontrar un empleo bien pagado”, es el de menor puntuación con 4.2 de media, corrobora lo anteriormente dicho, que para que el estudiante pueda tener éxito en el futuro no bastaría solamente con el bachillerato, sino que tendría que obtener su título profesional. Para la regulación introyectada el indicador: “Porque quiero demostrarme que soy capaz de tener éxito

en mis estudios”, es el de mayor puntuación con una media de 5.6, mostrando que el estudiante está motivado con un reto personal, de querer sobresalir y demostrarse que es capaz de lograr grandes cosas, el indicador: “Para demostrarme que soy una persona inteligente”, es el de menor puntuación con una media de 4.8, en donde la motivación sigue siendo personal, que busca demostrar que es un estudiante inteligente.

Tabla 13

Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones Amotivación, Regulación externa y Regulación introyectada.

Dimensión	Ítem	Media	D.E.
Amotivación 2.0	Sinceramente no lo sé; verdaderamente, tengo la impresión de perder el tiempo en la universidad	2.1	1.42
	En su momento, tuve buenas razones para ir a la universidad; pero, ahora me pregunto si debería continuar en ella.	2.3	1.62
	No sé porque voy a la universidad y francamente, me trae sin cuidado.	1.8	1.48
	No lo sé; no consigo entender qué hago en la universidad.	1.7	1.39
Regulación externa 5.1	Porque sólo con el Bachillerato no podría encontrar un empleo bien pagado	4.2	1.76
	Para poder conseguir en el futuro un trabajo más prestigioso	5.0	1.75
	Porque en el futuro quiero tener una “buena vida”	5.8	1.47
	Para tener un sueldo mejor en el futuro.	5.5	1.59
Regulación introyectada 5.2	Para demostrarme que soy capaz de terminar una carrera universitaria	5.4	1.73
	Porque aprobar en la universidad me hace sentirme importante.	4.8	1.82
	Para demostrarme que soy una persona inteligente.	4.8	1.81
	Porque quiero demostrarme que soy capaz de tener éxito en mis estudios.	5.6	1.56

La Tabla 14 muestra la media y la desviación estándar de las puntuaciones referente a las dimensiones: regulación identificada, motivación interna al conocimiento, motivación interna al logro y motivación interna a las experiencias estimulantes. Los indicadores de la regulación identificada mantienen una puntación alta con una media de 5.9, mostrando que los participantes consideran a los estudios universitarios como un medio de éxito en la vida futura. De igual manera para la motivación interna al conocimiento los indicadores mantienen un promedio de las medias de 6, indicando que para los participantes el aprendizaje esta cimentado en la investigación lo que hace más interesante el conocimiento.

En cuanto a la motivación interna al logro, los indicadores no muestran una variabilidad muy marcada, manteniendo un promedio de las medias de 5.8, señalando que los participantes muestran satisfacción por meta conseguida, por cada objetivo logrado, es decir que su crecimiento profesional se da de manera escalonada. Finalmente, la motivación interna a las experiencias estimulantes cuya mayor puntuación es la del indicador: Porque me gusta meterme de lleno cuando leo diferentes temas interesantes, con una media de 5.6, denotando el compromiso serio y el deleite que experimenta el estudiante cada vez que descubre algo nuevo y se siente recompensado cuando expone sus ideas y se le toma atención. A diferencia del indicador: Por el placer que experimento al sentirme completamente absorbido por lo que ciertos autores han escrito, con una media de 5.1, evidenciando una motivación de tener un conocimiento actualizado y variado.

Tabla 14

Media y desviación estándar de las dimensiones regulación identificada, motivación interna al conocimiento, motivación interna al logro, motivación interna a las experiencias estimulantes.

Dimensión	Ítems	Media	D.E.
Regulación Identificada 5.9	Porque pienso que los estudios universitarios me ayudarán a preparar mejor en la carrera que he elegido.	5.8	1.40
	Porque posiblemente me permitirá entrar en el mercado laboral dentro del campo que a mí me guste.	5.9	1.35
	Porque me ayudará a elegir mejor mi orientación profesional.	5.8	1.52
	Porque creo que unos pocos años más de estudios van a mejorar mi competencia como profesional.	6.0	1.36
Motivación Interna al conocimiento 6.0	Porque para mí es un placer y una satisfacción aprender cosas nuevas.	6.1	1.13
	Por el placer de descubrir cosas nuevas desconocidas para mí	6.1	1.18
	Por el placer de saber más sobre las asignaturas que me atraen.	5.8	1.40
	Porque mis estudios me permiten continuar aprendiendo un montón de cosas que me interesan	6.1	1.16
Motivación interna al logro 5.8	Por la satisfacción que siento cuando me supero en mis estudios.	5.7	1.43
	Por la satisfacción que siento al superar cada uno de mis objetivos personales.	5.9	1.39
	Por la satisfacción que siento cuando logro realizar actividades académicas difíciles	5.8	1.51
	Porque la universidad me permite sentir la satisfacción personal en la búsqueda de la perfección dentro de mis estudios.	5.6	1.53
Motivación Interna a las Experiencias Estimulantes 5.4	Por los intensos momentos que vivo cuando comunico mis propias ideas a los demás	5.6	1.33
	Por el placer de leer autores interesantes	5.2	1.52
	Por el placer que experimento al sentirme completamente absorbido por lo que ciertos autores han escrito.	5.1	1.56
	Porque me gusta meterme de lleno cuando leo diferentes temas interesantes.	5.6	1.42

4.1.6. Resultados descriptivos de las actitudes emprendedoras

La Tabla 15 muestra las categorías de percepción de los encuestados, respecto a las actitudes emprendedoras y sus dimensiones, clasificada según los percentiles 25 y 75, considerando la división en bajo, moderado y alto. Se tomó en cuenta para el optimismo aquellos valores que son menores a 12 como bajo, aquellos que oscilan entre 12 y 15 como moderado y los superiores a 15 como alto. Para la proactividad se considera bajo a valores menores a 12, moderado entre 12 a 16 y alto superiores a 16. En cuanto a la persistencia se considera como bajo a los valores menores a 13, moderado a los valores entre 13 y 16 y alto a los valores mayores a 16. Para la creatividad los valores menores a 9 considerar como bajo, entre 9 y 12 moderado y mayores a 12 como alto. Finalmente, para las actitudes emprendedoras considerar como bajo a los valores menores a 48, moderado a los valores entre 48 y 56 y alto a los valores mayores a 56.

Tabla 15

Escala de medición de la variable Actitudes emprendedoras y sus dimensiones.

	Niveles de Percepción		
Dimensión	Bajo	Moderado	Alto
Optimismo	< 12	12 - 15	15 <
Proactividad	< 12	12 - 16	16 <
Persistencia	< 13	13 - 16	16 <
Creatividad e innovación	< 9	9- 12	12 <
Actitudes Emprendedoras	< 48	48 - 56	56 <

En la Tabla 16 se expone los niveles de percepción de los estudiantes encuestados respecto a las dimensiones de la actitud emprendedora. Se observa que 101 estudiantes que representa el 60.8% de los encuestados, evidencia al optimismo en un nivel moderado a diferencia de 36 estudiantes que representa el

21.7% de los encuestados que manifiestan un nivel alto, así mismo 29 de los participantes que es el 17.5% consideran el optimismo en un nivel bajo. Señalando que hay un gran porcentaje de estudiantes con una actitud positiva ante circunstancias adversas, que le puedan impedir avanzar en sus proyectos, lo que preocupa es el porcentaje de 17.5% de los estudiantes que no muestra confianza y positivismo al iniciar o continuar un proyecto.

Seguidamente se presenta el nivel de percepción respecto la proactividad, en donde 143 estudiantes que representan el 86.1% lo evidencia como moderado, a diferencia de 23 estudiantes que es el 13.9% lo percibe como bajo y ningún estudiante lo percibe como alto. Exponiéndose de esta manera que la proactividad es una actitud que no está siendo ejercitada entre los estudiantes, lo que en el futuro se convierta en una debilidad para su inserción laboral. Siendo esta una actitud clave, en donde los empresarios y el mercado busca profesionales que tengan iniciativa y que siempre estén un paso adelante.

Para la persistencia 132 estudiantes, que representa el 79.5% de los participantes lo percibe como moderado y 34 estudiantes que es el 20.5% de los participantes lo evidencia como bajo, no habiendo puntuación como alto. Exteriorizando las limitaciones de los estudiantes para encontrar alternativas de solución a un problema dado. No encontrar puntuaciones en el nivel alto, nos da a entender que existen estudiantes que no son persistentes.

En cuanto a la creatividad, 146 participantes que representa el 88% consideraron a esta dimensión con un nivel moderado a diferencia de 20 participante que son el 12% lo consideraron con un nivel bajo, no habiendo consideración en el nivel alto.

Evidenciando que la visión de cambio y la capacidad imaginativa para mejorar las cosas no es una fortaleza de los estudiantes, y como se dijo líneas atrás, la falta de estas actitudes no les permitirá una inserción laboral con éxito.

Finalmente, de manera integral para las actitudes emprendedoras 87 participantes que son el 52.4% lo evidencian como moderado, 40 participantes que representan el 24.1% lo expone como bajo y 39 participantes que es el 23.5% lo experimenta como alto. Demostrando que tan solo el 23.5% de los encuestados manifiesta como fortaleza las actitudes emprendedoras, que necesitan ser consolidadas, a diferencia del porcentaje restante, en donde la institución tendrá un duro trabajo para encaminar a sus estudiantes a ser en el futuro cercano en la senda de los emprendedores.

Tabla 16

Niveles de percepción de las actitudes emprendedoras y sus dimensiones

	Bajo		Moderado		Alto	
	n	%	n	%	n	%
Optimismo	29	17.5%	101	60.8%	36	21.7%
Proactividad	23	13.9%	143	86.1%	0	0.0%
Persistencia	34	20.5%	132	79.5%	0	0.0%
Creatividad	20	12.0%	146	88.0%	0	0.0%
Actitudes emprendedoras	40	24.1%	87	52.4%	39	23.5%

4.1.7. Descripción de los indicadores de actitudes emprendedoras

El optimismo cuenta con 4 indicadores, tal como muestra la Tabla 17. De los166 estudiantes encuestados el 46.1% manifiesta no tener miedo a emprender o iniciar nuevos proyectos a diferencia del 4.2% de estudiantes se siente temeroso de arriesgar en nuevos proyectos, mostrando así una diferencia significativa en la cantidad de estudiantes dispuestos a iniciar un proyecto. El 49.4% es optimista ante

situaciones adversas, las que son consideradas circunstanciales y que en adelante se pueda convertir en una oportunidad, sin embargo, un 10.2% dar mayor importancia a los problemas, que en definitiva no les permite avanzar, evidenciándose un contraste significativo en donde la mayor cantidad de estudiantes muestran una óptica diferente, llena de oportunidades o soluciones. El 53.6% está totalmente convencido y dispuesto para iniciar nuevos proyectos o nuevos negocios, a diferencia de un 1.8% que manifiesta un conformismo. El 47.6% está totalmente convencido de sí mismo de cada proyecto emprendido tendrá éxito, y en contrastación el 3.6% de no tenerse confianza en lo que realiza, exponiendo una diferencia significativa en la cantidad de estudiantes con una actitud y confianza en sí mismos.

Se concluye que al menos la mitad de los estudiantes se encuentran optimistas de iniciar nuevos proyectos y que estos tendrán éxito.

Tabla 17

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión optimismo

		n	%
No tengo miedo a emprender iniciativas	Totalmente en desacuerdo	7	4.2%
	En desacuerdo	13	7.9%
	De acuerdo	76	46.1%
	Totalmente de acuerdo	69	41.8%
Donde otros ven problemas, yo veo oportunidades	Totalmente en desacuerdo	0	0.0%
	En desacuerdo	17	10.2%
	De acuerdo	82	49.4%
	Totalmente de acuerdo	67	40.4%
Estoy siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos	Totalmente en desacuerdo	3	1.8%
	En desacuerdo	16	9.6%
	De acuerdo	58	34.9%
	Totalmente de acuerdo	89	53.6%

Cuando emprendo un proyecto, tengo confianza en poder alcanzar el éxito	Totalmente en desacuerdo	6	3.6%
	En desacuerdo	14	8.4%
	De acuerdo	67	40.4%
	Totalmente de acuerdo	79	47.6%

La proactividad cuenta con 4 indicadores, tal como muestra la Tabla 18. De 166 estudiantes encuestados el 45.8% está totalmente convencido de que su trabajo y esfuerzo es de lo mejor, ya que busca la excelencia, a diferencia de un 1.8% que manifiesta que tan solo con cumplir con la tarea es suficiente, sin importarle los resultados, exponiéndose una diferencia significativa en la cantidad porcentual de estudiantes con una actitud proactiva. El 53.6% manifiesta estar totalmente convencidos de que cada inicio de un nuevo proyecto se convierte en un reto por cumplir, a diferencia de un 3% que no le interesan los retos, en este caso también se da esa diferencia significativa. El 58.8% está totalmente convencido de desplegar un esfuerzo extra a fin de ser el más competente en área que se le ha asignado, a diferencia de un 3.6% que solo espera que sucedan las cosas. El 56% está totalmente convencido de aportar lo mejor de sí en cada proyecto que inicia, y consecuentemente espera tener éxito. Se concluye que más de la mitad de los estudiantes evidencian iniciativa, organización y responsabilidad para adelantarse a los hechos, de tal manera que generan el ambiente para que sucedan las cosas.

Tabla 18

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión proactividad

		n	%
Apunto a la excelencia en cada cosa que hago	Totalmente en desacuerdo	3	1.8%
	En desacuerdo	16	9.6%
	De acuerdo	71	42.8%

	Totalmente de acuerdo	76	45.8%
Me gusta darme retos cuando emprendo un nuevo proyecto	Totalmente en desacuerdo	5	3.0%
	En desacuerdo	8	4.8%
	De acuerdo	64	38.6%
	Totalmente de acuerdo	89	53.6%
Intento ser el mejor en mi área de competencia	Totalmente en desacuerdo	6	3.6%
	En desacuerdo	10	6.1%
	De acuerdo	52	31.5%
	Totalmente de acuerdo	97	58.8%
Siempre doy lo mejor de mí en todo lo que hago	Totalmente en desacuerdo	4	2.4%
	En desacuerdo	11	6.6%
	De acuerdo	58	34.9%
	Totalmente de acuerdo	93	56.0%

En cuanto a la persistencia diremos que cuenta con 4 indicadores, tal como muestra la Tabla 19. De 166 estudiantes encuestados el 51.2% está totalmente convencido de que no quedarse estáticos ante las dificultades, al contrario, busca alternativas que le permitan solucionar los problemas, y está constantemente probando y experimentado soluciones, y que al final apostará por la mejor alternativa de solución, a diferencia de un 1.2% que no aporta a la solución de problemas. El 63.3% manifiesta encontrar lecciones de los errores cometidos, los que le servirán en su crecimiento, los errores no se pueden cometer dos veces, a diferencia del 0.6% que es probable que siga cometiendo los mismos errores, la diferencia es muy significativa. El 59.6% está totalmente convencido de tener éxito en todo lo que emprenda si se lo propone, se tiene confianza, a diferencia de un porcentaje mínimo del 1.2% que cree lo contrario. El 66.3% cree que los errores son una enseñanza y no estancamiento, los errores no los desanimará, al contrario, tras cada error retoma el proyecto con más ímpetu. Por lo que se concluye que cerca del 60% de los

encuestados evidencian persistencia ante la adversidad y que los errores son mecanismos de enseñanza.

Tabla 19

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión persistencia

		Frecuencia	Porcentaje
Cuando enfrento dificultades, busco soluciones alternativas	Totalmente en desacuerdo	2	1.2%
	En desacuerdo	12	7.2%
	De acuerdo	67	40.4%
	Totalmente de acuerdo	85	51.2%
Siempre intento aprender lecciones de mis propios errores	Totalmente en desacuerdo	1	0.6%
	En desacuerdo	11	6.6%
	De acuerdo	49	29.5%
	Totalmente de acuerdo	105	63.3%
Todo es posible si creo poder hacerlo	Totalmente en desacuerdo	2	1.2%
	En desacuerdo	6	3.6%
	De acuerdo	59	35.5%
	Totalmente de acuerdo	99	59.6%
Después de un error, soy capaz de levantarme y comenzar nuevamente	Totalmente en desacuerdo	2	1.2%
	En desacuerdo	7	4.2%
	De acuerdo	47	28.3%
	Totalmente de acuerdo	110	66.3%

Para la dimensión creatividad e innovación diremos que cuenta con 3 indicadores, tal como muestra la Tabla 20. De 166 estudiantes encuestados el 47.6% está totalmente convencido de su capacidad para vislumbrar alternativas que pueden servir de solución a un problema determinado, son conscientes de que un problema tiene diferentes alternativas de solución, pero, al final eligen la solución óptima, a diferencia de un 0.6% que se enfrasca en el problema y no vislumbra alternativas de solución, mostrándose una diferencia significativa entre los porcentajes participativos.

El 51.8% está convencido de su potencial creativo y que constantemente está en búsqueda de nuevas formas de enfrentar a los problemas, en contraste con un 1.2% que espera que otros le soluciones sus problemas. El 55.4% está convencido de tener la creatividad suficiente de poder imaginar cómo se verían las cosas a futuro. Por lo que se concluye que cerca del 50% de los encuestados evidencian creatividad e innovación, al estar constantemente buscando alternativas de solución a los problemas presentados.

Tabla 20

Frecuencia porcentual de los ítems correspondientes a la dimensión creatividad e innovación

		n	%
Puedo imaginar fácilmente muchas maneras de satisfacer una necesidad	Totalmente en desacuerdo	1	0.6%
	En desacuerdo	12	7.2%
	De acuerdo	74	44.6%
	Totalmente de acuerdo	79	47.6%
Soy bastante curioso, por ello continuamente estoy en búsqueda de descubrimientos	Totalmente en desacuerdo	2	1.2%
	En desacuerdo	14	8.4%
	De acuerdo	64	38.6%
	Totalmente de acuerdo	86	51.8%
Soy capaz de imaginar cómo pueden hacerse funcionar las cosas	Totalmente en desacuerdo	2	1.2%
	En desacuerdo	10	6.0%
	De acuerdo	62	37.3%
	Totalmente de acuerdo	92	55.4%

4.1.8. Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones de las actitudes emprendedoras

La Tabla 21 muestra la media y la desviación estándar de los ítems correspondientes a las puntuaciones referente a las dimensiones: optimismo y proactividad. En el optimismo el indicador con una mayor media de 3.4 es: “Estoy siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos”, cuyo resultado evidencia la actitud positiva de los estudiantes a emprender nuevos proyectos. Y los otros indicadores tiene una media de 3.3 que evidencia la disponibilidad, valentía y seguridad de que todo proyecto emprendido tendrá éxito. Por su parte en la proactividad el indicador con mayor media de 3.5 es: “Intento ser el mejor en mi área de competencia”, en donde se exterioriza la convicción de los estudiantes a hacer de cada proyecto el mejor. A diferencia del indicador con menor media de 3.3 es: “Apunto a la excelencia en cada cosa que hago”, lo que significa el empeño y el esfuerzo extra de cada participante, para que las cosas no solo salgan bien, sino, que sean excelentes.

Tabla 21

Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones Optimismo y Proactividad

Dimensión	Ítem	Media	D.E
Optimismo 3.3	No tengo miedo a emprender iniciativas	3.3	.78
	Donde otros ven problemas, yo veo oportunidades	3.3	.65
	Estoy siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos	3.4	.74
	Cuando emprendo un proyecto, tengo confianza en poder alcanzar el éxito	3.3	.78

Proactividad 3.4	Apunto a la excelencia en cada cosa que hago	3.3	.72
	Me gusta darme retos cuando emprendo un nuevo proyecto	3.4	.72
	Intento ser el mejor en mi área de competencia	3.5	.77
	Siempre doy lo mejor de mí en todo lo que hago	3.4	.73

Por su parte en la Tabla 22 se muestra la media y la desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones persistencia y creatividad e innovación de la variable actitudes emprendedoras. En la persistencia el indicador de mayor media de 3.6 es: “Después de un error, soy capaz de levantarme y comenzar nuevamente”, lo que demuestra la actitud persistente e insistente de los estudiantes ante cualquier situación adversa, no importa cuántas veces se pueda fracasar, el asunto es recapitular y volver a empezar, y la de menor media 3.4, pero con una diferencia mínima está el indicador: “Cuando enfrento dificultades, busco soluciones alternativas”, evidenciando la fortaleza para hacer frente a las dificultades, buscando soluciones en otros medios. Para lo referente a creatividad e innovación la puntuación más alta tiene una media de 3.5 y corresponde al indicador: “Soy capaz de imaginar cómo pueden hacerse funcionar las cosas”, que expresa la actitud visionaria de los participantes, cada vez que emprende un proyecto. Todo emprendedor se caracteriza por la planificación, avizorando el desarrollo del proceso.

Tabla 22

Media y desviación estándar de los ítems correspondientes a las dimensiones Persistencia y Creatividad e Innovación

Dimensión	Ítem	Media	D.E.
Persistencia 3.5	Cuando enfrento dificultades, busco soluciones alternativas	3.4	0.68
	Siempre intento aprender lecciones de mis propios errores	3.6	.65
	Todo es posible si creo poder hacerlo	3.5	.63
	Después de un error, soy capaz de levantarme y comenzar nuevamente	3.6	.63
Creatividad e innovación 3.4	Puedo imaginar fácilmente muchas maneras de satisfacer una necesidad	3.4	.65
	Soy bastante curioso, por ello continuamente estoy en búsqueda de descubrimientos	3.4	.70
	Soy capaz de imaginar cómo pueden hacerse funcionar las cosas	3.5	.67

4.1.9. Contrastación de hipótesis

4.1.9.1. Prueba de normalidad

En la Tabla 23, se presenta la prueba de normalidad *(Kolmogorov-Smirnov)* de la variable motivación de logro y sus respectivas dimensiones, en donde el nivel de significancia o p-valor obtenido es menor a 0.05, por lo que, nos permite concluir que tanto la variable como sus dimensiones tienen una distribución no paramétrica o no normal. Consecuentemente esto implica que, para determinar una posible correlación, se usaría el estadístico de correlación Rho de *Spearman*.

Tabla 23

Prueba de normalidad de la variable motivación de logro y sus dimensiones

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
Amotivacion	.231	166	.000
Regulación Externa	.115	166	.000

Regulación Introyectada	.146	166	.000
Regulación Identificada	.189	166	.000
Motivación interna al conocimiento	.192	166	.000
Motivación interna al logro	.187	166	.000
Motivación interna a las experiencias estimulantes	.163	166	.000
Motivación de logro	.098	166	.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

De igual manera la Tabla 24, se presenta la prueba de normalidad *(Kolmogorov-Smirnov)* de la variable actitudes emprendedoras y sus respectivas dimensiones, en donde en nivel de significancia o p-valor obtenido es menor a 0.05, por lo que, nos permite concluir que tanto la variable como sus dimensiones tienen una distribución no paramétrica o no normal. Consecuentemente esto implica que, para determinar una posible correlación, se usaría el estadístico de correlación Rho de *Spearman*.

Tabla 24

Prueba de normalidad de la variable actitudes emprendedoras y sus dimensiones

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
Optimismo	.120	166	.000
Proactividad	.164	166	.000
Persistencia	.197	166	.000
Creatividad	.194	166	.000
Actitudes Emprendedoras	.122	166	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

4.1.9.2. Análisis de correlación

La Tabla 25 muestra el tipo de relación existente entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras, y sus respectivas dimensiones. Tales relaciones han sido establecidas a través del estadístico Rho de *Spearman,* con una significancia que está dada por el p valor.

Tabla 25

Correlación entre motivación de logro y actitudes emprendedoras y sus respectivas dimensiones

	Optimismo	Proactividad	Persistencia	Creatividad e innovación	Actitudes Emprendedoras
Amotivación	-0.145 p = 0.169	-0.169 p = 0.029	-0.225 p = 0.004	-0.133 p = 0.088	-0.214** p = 0.06
Regulación Externa	0.161* p = 0.038	0.230** p = 0.003	0.298** p = 0.000	0.138 p = 0.075	0.259** p = 0.01
Regulación Introyectada	0.113 p = 0.147	0.220** p = 0.004	0.089 p = 0.252	0.191* p = 0.013	0.188** p = 0.015
Regulación Identificada	0.203** p = 0.009	0.305** p = 0.000	0.219** p = 0.005	0.213** p = 0.006	0.278** p = 0.000
Motivación interna al conocimiento	0.427** p = 0.000	0.479** p = 0.000	0.476** p = 0.000	0.422** p = 0.000	0.550** p = 0.000
Motivación interna al logro	0.193* p = 0.013	0.431** p = 0.000	0.265** p = 0.001	0.232** p = 0.003	0.337** p = 0.000
Motivación interna a las experiencias estimulantes	0.342** p = 0.000	0.406** p = 0.000	0.325** p = 0.000	0.298** p = 0.000	0.455** p = 0.000

Motivación de logro	0.275** p = 0.000	0.418** p = 0.000	0.325** p = 0.000	0.298** p = 0.000	0.401** p = 0.000

Nota: ** La correlación es significativa al nivel 0.01
* La correlación es significativa al nivel 0.05

De los resultados mostrados en la Tabla 25, se observa lo siguiente:

Que la correlación entre la motivación al logro y las actitudes emprendedoras es moderada, positiva directa y altamente significativa (ρ=0.401**, p=0.00), cuya connotación es: cuanto mayor sea la motivación de los estudiantes mayores serán las actitudes para emprender nuevos proyectos. Este resultado se ve respaldado por las correlaciones que se evidencia entre la motivación de logro con cada una de las dimensiones de las actitudes emprendedoras, en donde se destaca la correlación directa positiva, moderada y es altamente significativa de la motivación de logro y la proactividad (ρ=0.418**, p=0.00), a diferencia de la correlación con el optimismo, persistencia y creatividad e innovación, que es directa baja y significativa.

No existe correlación entre la amotivación (desmotivación) y las actitudes emprendedoras (ρ=-0.214**, p=0.06). De la correlación de la amotivación con las dimensiones de las actitudes emprendedoras, tenemos: no existe relación entre la amotivación y el optimismo, ya que la significancia es > que 0.05; de la misma manera se concluye que no existe relación entre la amotivación y la creatividad e innovación; sin embargo, sobresale la relación inversa negativa y significativa que se tiene con la persistencia (ρ=-0.225**, p=0.004) y la proactividad (ρ=-0.169*, p=0.029) en donde notifica que mientras mayor sea la amotivación los estudiantes pierden la iniciativa y el deseo persistir e insistir en llevar a cabo nuevos negocios.

La correlación entre la regulación externa y las actitudes emprendedoras es baja, directa positiva y significativa (ρ=0.259**, p=0.01), es decir, mientras mayores sean los incentivos y premios, mayores serán las actitudes emprendedoras. En cuanto a la correlación de la regulación externa con las dimensiones de las actitudes emprendedoras, se rescata que con el optimismo es muy baja y significativa, con la proactividad y la persistencia es baja y significativa, obteniéndose en la persistencia la mayor puntuación (ρ=0.298**, p=0.004), lo que evidencia de que a mayores incentivos y premios mayor será la persistencia de los estudiantes en conseguir objetivos emprendedores.

La correlación entre la regulación introyectada y las actitudes emprendedoras es muy baja, directa positiva y significativa (ρ=0.188**, p=0.015) cuya connotación es: a mayor exigencia personal mayor será el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Esto es corroborado por la correlación de la regulación introyectada con la proactividad y la creatividad e innovación que es baja y significativa, y con el optimismo y persistencia en donde no existe relación ya que, la significancia es > a 0.05.

La relación que se evidencia entre la regulación identificada y las actitudes emprendedoras es baja, directa positiva y altamente significativa (ρ=0.278**, p=0.000), implicando que, a mayor valoración de las acciones y compromiso de los estudiantes, mayor será las actitudes emprendedoras a desarrollar. De la misma manera se aprecia la relación de la regulación identificada con el optimismo que es baja, directa y significativa, igualmente con la persistencia y la creatividad e innovación que es baja, directa y significativa, destacando la correlación con la

proactividad que si bien es cierto es baja, pero es la de mayor puntuación (ρ=0.259**, p=0.01), es decir, que a mayor involucramiento en las actividades mayor será la proactividad desarrollada.

La correlación entre la motivación interna al conocimiento y las actitudes emprendedoras es moderada, positiva directa y altamente significativa (ρ=0.259**, p=0.01), cuya acepción es: a mayor motivación al aprendizaje de nuevos conocimientos, mayor serán las actitudes emprendedoras a desarrollar. Así mismo, las correlaciones encontradas entre la motivación interna al conocimiento y el optimismo, proactividad, persistencia y creatividad e innovación, es moderada, directa y altamente significativa, destacando la correlación con la proactividad, que tiene la mayor puntuación (ρ=0.259**, p=0.01), cuyo sentido es: a mejor y mayor motivación al aprendizaje de nuevos conocimientos, mejor y mayor será la proactividad a desarrollar.

La correlación que se señala entre la motivación interna al logro y las actitudes emprendedoras es baja, directa positiva y altamente significativa (ρ=0.337**, p=0.000), cuyo sentido es que, a mayor motivación por alcanzar las metas, mayor serán las actitudes emprendedoras. En cambio, la relación de la motivación interna al logro y el optimismo es muy baja, directa y significativa, a diferencia de la relación con la persistencia y creatividad e innovación que es baja, directa positiva y significativa, sin embargo, con la proactividad la relación es moderada, directa positiva y altamente significativa (ρ=0.431**, p=0.000), cuya implicancia es: a mayor y mejor motivación por alcanzar las metas, mayor y mejor serán las actitudes proactivas del estudiante.

La relación entre la motivación interna a las experiencias estimulantes y las actitudes emprendedoras es moderada, directa positiva y altamente significativa, (ρ=0.401**, p=0.000) mostrando que a mayor satisfacción y placer por las acciones realizadas mayor serán las actitudes emprendedoras. Así también, se muestra la correlación entre la motivación interna a las experiencias estimulantes con el optimismo, persistencia y creatividad e innovación que es baja, directa positiva y significante, a diferencia de la que se exhibe con la proactividad que es moderada, directa positiva y altamente significativa (ρ=0.406**, p=0.000), lo que implica que a mayor satisfacción y placer por las acciones realizadas mayor será la actitud a ser proactivo.

4.2. Discusión de los resultados

El objetivo general, que ha guiado la presente investigación es determinar que existe relación entre la motivación de logro con las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima.

A partir de los resultados encontrados en el presente estudio, se acepta la hipótesis alternativa, estableciendo que existe correlación moderada, positiva directa y altamente significativa (ρ=0.401**, p=0.00), entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima. Este resultado es similar al trabajo de Pérez (2019) que tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el clima motivacional y la cultura emprendedora de

estudiantes del 8avo y 10mo ciclo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM, cuyo resultado reporto un Rho de Spearman de 0.468** y un p = 0.000, afirmando que existe una relación moderada, positiva y altamente significativa entre el clima motivacional y la cultura emprendedora. Del mismo modo Cotrado (2015) en su investigación orientada a determinar la relación entre la motivación de logro y la actitud emprendedora en estudiantes del 4° y 5° año de educación secundaria de la Institución Educativa Pública Teniente Coronel Alfredo Bonifaz Fonseca – Rímac, reportó como resultados un coeficiente de Pearson de 0.471** y p = 0.000, aseverando que existe relación directa altamente significativa entre la motivación de logro y la actitud emprendedora. Por otro lado Rojo et al. (2016) en su investigación sobre factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura de psicología, plantea en uno de sus objetivos determinar la relación entre la motivación de logro y la actitud emprendedora, obteniendo como resultado un coeficiente de Pearson de 0.393** y un p = 0.000, enfatizando que existe una relación positiva y significativa entre la motivación de logro y la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura de psicología. Con estos resultados concordantes en donde se evidencia la proximidad de los coeficientes de correlación y significancia, se puede afirmar que la motivación de logro contribuye de manera favorable con el desarrollo de las actitudes emprendedoras, es decir a mayor motivación mayor será la actitud emprendedora.

En ese sentido Ryan & Deci (2000) declara que existen tres tipos diferentes de motivación: desmotivación, motivación extrínseca y motivación intrínseca, y que, según la teoría de la autodeterminación, estos se agrupan siguiendo un continuo de

locus percibido de causalidad, y que está presente en el accionar diario de cada individuo. El grado de autonomía de cualquier estado motivacional va influir de manera sustancial en lo que la gente siente, piensa y hace. Lógicamente mientras más autónoma es la motivación de una persona más esfuerzo pondrá en hacer las cosas, a fin de, lograr resultados satisfactorios. Según McClelland (1989) en su teoría de la motivación de logro, define a la motivación como el impulso de sobresalir, de alcanzar las metas y de esforzarse por tener éxito a pesar de obstáculos que lo impidan hacerlo (característica básica de un buen emprendedor). Las personas con alta motivación de logro tienden a buscar y hacer mejor las actividades moderadamente retadoras, asumen responsabilidad y compromiso en sus acciones, buscan retroalimentación de su rendimiento y están en continuo perfeccionamiento, ensayando maneras más eficaces de optimizar los procesos.

Por lo expuesto, y en la misma línea de pensamiento, las teorías de autodeterminación y de motivación de logro, son la plataforma que permitirán el engranaje con las actitudes emprendedoras, es decir, que un estudiante puede recibir estímulos que aviven su motivación y que inclusive pueden estar dirigidos a satisfacer sus necesidades, sin embargo, es el estudiante quien toma la decisión de internalizar o no estos estímulos, y manifestar una determinada conducta, ya sea positiva o negativa como respuesta. Un estudiante motivado y que interioriza esta motivación, será: optimista, persistente, proactivo y creativo e innovador; que son precisamente las dimensiones que en este estudio permite operacionalizar las actitudes emprendedoras.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

En relación con los objetivos planteados en el presente estudio se arribó a las siguientes conclusiones:

- En función al objetivo general se determinó que existe relación positiva entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima. Esta relación de magnitud moderada y estadísticamente significativa, evidencia que cuanto mayor sea la motivación que el estudiante internalice y sea más autónomo en cualquier estado motivacional mayor será la actitud a ser optimista, proactivo, persistente y creativo e innovador.
- En cuanto al primer objetivo específico se determinó que no existe relación entre la amotivación y las actitudes emprendedoras. Confirmando que una

estudiante que se encuentra desmotivado pierde el interés en sus planes y metas trazadas, y por extensión perderá el optimismo, la iniciativa de hacer las cosas, sencillamente abandonara la batalla al primer problema que encuentre y finalmente será arrasado por los cambios que se den en su organización.

- En el segundo objetivo específico se determinó que existe relación positiva entre la regulación externa y las actitudes emprendedoras. Esta relación de magnitud baja y estadísticamente significativa, notificando que mientras mayores sean las recompensas y estímulos externos, a fin, de satisfacer sus expectativas, también aumentará la actitud y predisposición a la proactividad, optimismo y persistencia de querer hacer las cosas de mejor manera, esperando el tan ansiado premio.
- En función del tercer objetivo específico se determinó que existe relación positiva entre la regulación introyectada y las actitudes emprendedoras. Esta relación de magnitud muy baja y estadísticamente muy significativa, expone que a mayor motivación en donde el estudiante sea capaz de interiorizar y comprometerse consigo mismo mayor será la proactividad y creatividad, al afrontar situaciones que puedan impedir el avance a sus metas.
- En cuanto a el cuarto objetivo específico se determinó que existe relación positiva entre la regulación identificada y las actitudes emprendedoras. Esta relación de magnitud baja y estadísticamente significativa, evidencia que a mayor motivación en donde el estudiante pueda comprometerse a cumplir sus metas, mayor será el optimismo, proactividad, persistencia e innovación para enfrentar sus desafíos.

- En cuanto al quinto objetivo específico se determinó que existe relación positiva entre la motivación intrínseca al conocimiento y las actitudes emprendedoras. Esta relación de magnitud moderada y estadísticamente significativa, expresa que mientras mayor sea la motivación que invite a los estudiantes al aprendizaje e investigación de nuevos conocimientos, mayor será optimismo, proactividad, persistencia y creatividad para iniciar o mantener nuevos proyectos.
- En concordancia con el sexto objetivo específico se identificó que existe relación positiva entre la motivación intrínseca al logro y las actitudes emprendedoras. Esta relación de magnitud moderada y estadísticamente significativa nos muestra que a mayor motivación por cumplir los retos autoimpuestos mayor será la predisposición al optimismo, proactividad, creatividad y persistencia en encontrar alternativas de solucione que lo permitan optimizar el camino hacia la meta.
- En conformidad al séptimo objetivo específico se determinó que existe relación positiva entre la motivación intrínseca a las experiencias estimulantes y las actitudes emprendedoras. Esta relación de magnitud moderada y estadísticamente significativa evidencia que a mayor motivación que se den en las acciones que brindar placer y satisfacción, mayor será el optimismo, proactividad, creatividad y persistencia para comprometerse con su proyecto.

5.2. Recomendaciones

En función de los resultados obtenidos y a las conclusiones arribadas, en el presente estudio de se formulan las siguientes recomendaciones:

- Reestructurar el plan de estudios, con la finalidad de incrementar el porcentaje de cursos direccionados al emprendedorismo; los mismos que deberían ser de carácter práctico, en donde los estudiantes pongan a prueba su optimismo, persistencia, proactividad y creatividad, de tal manera que a través de estos se pueda despertar el interés de tener sus propios negocios.
- Impulsar la creación de una incubadora de proyectos, que desde la perspectiva académica sea un laboratorio de emprendimiento; en donde se puedan madurar las ideas de negocio y que, a través de un estudio de factibilidad se pueda dar las facilidades para implementarlo.
- Fortalecer el área de tutoría psicológica, con profesionales especializados, con el propósito de identificar a aquellos que evidencien desmotivación y se les pueda brindar la ayuda necesaria, a fin de que puedan retomar sus planes con mayor optimismo.
- Promover la participación de los estudiantes en eventos de emprendedorismo a todo nivel. La universidad debe ser el primer promotor potencial del desarrollo de las actitudes emprendedoras de los estudiantes
- Realizar un estudio de correlación entre la motivación docente y la motivación de los estudiantes, porque no solo se trata de tener estudiantes motivados sino de quienes lo motivan, es decir un docente motivado puede motivar, pero un docente desmotivado no puede cumplir su función.

- Realizar un estudio correlacional de la pertinencia del perfil de egreso con los egresados de la casa de estudios y que son empresarios, trabajan de manera dependiente o no trabajan, o si trabajan en algo diferente de lo que estudiaron.
- Realizar un estudio para evidenciar la pertinencia perfil de egreso mediante la correlacional de competencias y las actitudes emprendedoras de los egresados de la casa de estudios y los que ya son empresarios.

Referencias

Acuña, M. (2015). *Motivación de logro, estrategias de aprendizaje, juicio crítico y rendimiento académico de los estudiantes del Programa SUBE de la Universidad Cesar Vallejo* (tesis doctoral). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/4673

Alcaraz, R. (2004). *Efectividad del curso de emprendedores en el desarrollo del perfil emprendedor del alumno.* Recuperado de https://www.mty.itesm.mx/rectoria/dda/rieee/pdf-II/s1/01DAFRafaelAlcarazFinal.pdf

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa, 18*(2), 132–138. Recuperado de: https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5

Barriga, F., & Hernández, G. (2002). *Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo* (2da ed.). Mexico: McGraw Hill.

Calvo, C. (2016). *La motivación de logro: Un metaanálisis* (tesis de especialidad). Recuperado de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/10354/Calvo%20Calvo,%20Carla.pdf?sequence=1

Cano, M. (2008). Motivación y Elección de Carrera. *Revista Mexicana de Orientación Educativa,* *5*(13), 6–9. Recuperado de: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-75272008000100003

Chambi, M. (2018). *Motivación académica y rendimiento académico en los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental de la Universidad Peruana Unión filial Tarapoto, 2017* (tesis maestría). Recuperado de http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/914/Mélody_Tesis_Maestro_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos* (5ta ed.). Bogotá, Colombia: McGraw Hill.

Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humanos* (9ena ed.). Estados Unidos: Hill, Mc Graw.

Cotrado, A. (2015). *Motivación de logro y actitud emprendedora en estudiantes del 4° y 5° año de secundaria de la Institución Educativa Pública Teniente Coronel Alfredo Bonifaz Fonseca, Rímac - 2015* (tesis maestría). Recuperado de http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/2046

Cumpa, A., & Martinez, I. (2019). *Perfil emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima,*

2018 (tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4267

Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 6*(2), 320–340. Recuperado de: https://doi.org/10.21501/22161201.1528

Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de La Educación, 6*(2), 83–102. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5578742

Elliot, A. (1999). Approach and Avoidance Motivation and Achievement Goals. *Educational Psychologist, 34*(3), 169–189. Recuperado de: http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/approach_and_avoidance_motivation_and_achievement_goals.pdf

Espinoza, E., Jimber Del Rio, J., Casas del Rosal, J., & Villamandos, N. (2018). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios: validación de la teoría de acción planificada. *Revista Científica Ecociencia, 6*(2), 1–17. Recuperado de http://ecociencia.ecotec.edu.ec/articulo?ida=178

Farfán, M. (2017). *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración* (tesis doctoral). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/4334

Fontaines, T., Palomo de Rivero, M., Velásquez, M., & Aguirre, M. (2016). Actitud emprendedora: ¿qué es? ¿De qué se compone? *Ágora de Heterodoxias, 2*(3),

19–36. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/322076646_Actitud_emprendedora_que_es_De_que_se_compone

Galindo, M., & Méndez, M. (2011). La actividad emprendedora y competitividad: Factores que inciden sobre los emprendedores. *Papeles de Europa, 22*(1), 61–75. Recuperado de: https://revistas.ucm.es/index.php/PADE/article/view/22328

García-Macías, M., Zerón-Félix, M., & Sánchez-Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado, 14*(1), 88–103.Recuperado de: http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-88.pdf

Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing, 5*(1), 15–28 Recuperado de: https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M

Gizdarska, S. (2017). *Achievement motivation in hispanic university students: Associations with reasons for attending college* (tesis de maestría). Recuperado de https://www.semanticscholar.org/paper/Achievement-Motivation-In-Hispanic-University-With-Gizdarska/91a7c02d13e6ccf6823608abeed9b0eff82ca65b

Graupera, J., Gutiérrez, M., Nishida, T. y Ruiz, L. (2004). El Test Ampet de motivación de logro para el aprendizaje en educación física: desarrollo y análisis factorial de la versión española. *Revista de Educación,* (335), 195–214. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1066545

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México: McGraw Hill.

Huertas, J. (1997). *Querer aprender* (1era ed.). Argentina: Aique Grupo Editor S.A.

Jiménez, D. (2015). *Motivación y expectativas académicas y laborales en jóvenes universitarios. El caso de los estudiantes de psicología de la UPN-Ajusco* (tesis pregrado). Recuperado de http://200.23.113.51/pdf/31116.pdf

Kassin, S., Fein, S., & Hazel, M. (2010). *Psicología Social* (7ma ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.

Kirikkanat, B. (2014). Achievement motivation: Its structure and relation with learning environments. *Journal of Psychological Counseling and Education, 1*(1), 77-90. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/270887904_Achievement_motivation_Its_structure_and_relation_with_learning_environments

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2015). *El emprendimiento en América: muchas empresas y poca innovación* (1era ed.). Washington: Banco Mundial.

López, M. (2017). *Motivación De Logro y Rendimiento Académico en estudiantes de la Facultad Ingeniería Eléctrica y Electrónica de una universidad pública en Lima* (tesis maestría). Recuperado de http://repositorio.upch.edu.pe/handle/upch/1394

Lorca, P. (2013). *Modelo de Factores que inciden en el éxito de emprendimientos sociales en América Latina: Estudio Cualitativo* (tesis de título de profesional). Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/112189

Macías, G. (2014). Reflexiones sobre el desarrollo de las habilidades de emprendimiento en las universidades. *Ide@s CONCYTEG 8*, 1-17. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/308438742_Emprender_en_la_universidad_Reflexiones_sobre_el_desarrollo_de_las_habilidades_de_emprendimiento_en_las_universidades

Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios (EAN),* (81), 12–28. https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556

Matíz, F., & Naranjo, G. (2011). La financiación de nuevas empresas en Colombia, una mirada desde la demanda. *Revista Escuela de Administración de Negocios,* (70), 118–131. https://doi.org/10.21158/01208160.n70.2011.538

McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana. Estudio De La Motivación Humana.* Madrid, España: Narcea S-A- de ediciones.

Melville, G. (2002). *Implementación de un enfoque emprendedor en la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Francisco Marroquín* (tesis pregrado). Recuperado de https://biblioteca.ufm.edu/library/index.php?title=113928&query=@title=Special:GSMSearchPage@process=@field1=encabezamiento@value1=ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20ENSENANZA%20%20@mode=advanced&recnum=3

Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento. *Tec Empresarial,* *9*(1), 30–40. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053601

Mora, R. (2011). Estudio de Actitudes Emprendedoras con Profesionales que Crearon Empresa. *Revista EAN,* (71), 70–83. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157006.pdf

Morales, F., Giménez, J., & Morales, A. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education, 8*(2), 91-102. https://doi.org/10.30552/ejihpe.v8i2.247

Morán, C., & Menezes, E. (2016). La Motivación De Logro Como Impulso Creador De Bienestar: Su Relación Con Los Cinco Grandes Factores De La Personalidad. *International Journal of Developmental and Educational Psychology, 2*(1), 31–40. Recuperado de: https://doi.org/10.17060/ijodaep.2016.n1.v2.292

Moreno, J. (2006). Importancia de la Teoría de la Autodeterminación. *Cuadernos de Psicología Del Deporte, 6*(2), 39–54. Recuperado de https://revistas.um.es/cpd/article/view/113871

Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación, 33*(2), 153–170. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/440/44012058010.pdf

Neira, M., Portela, M., Fernandez, L., & Rodeiro, D. (2013). Actitud emprendedora: un enfoque a través de los jóvenes y el género. *Emprender: Una Perspectiva de Género,* (January), 69–85. Recuperado de https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf

Organización Internacional del Trabajo, Perspectivas sociales y del empleo en el mundo. (2019). *Reporte de la OIT sobre Perspectivas sociales y del empleo en el mundo.* Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_670569.pdf

Padrón, G., & Polanco, E. (2006). Crecimiento psicológico y motivaciones sociales: Una aproximación prospectiva en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales, 10*(1), 238-254. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/26485757_Crecimiento_psicologico_y_motivaciones_sociales_Una_aproximacion_prospectiva_en_estudiantes_universitarios

Palmero, F., Guerrero, C., Gómez, C., Carpi, A., & Goyareb, R. (2011). *Manual de teorías emocionales y motivacionales Amparo Carpi Ballester.* Castellón. España: Universitat Jaume.

Peralta, L. (2018). *La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de las estudiantes del primer año de secundaria* (tesis maestría). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/12794

Pérez, E. (2019). *Clima motivacional y el emprendedurismo como factores del desarrollo de la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM* (tesis doctoral). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/10760

Petri, H., & Govem, J. (2006). *Motivación: teoría, investigación y aplicaciones* (5ta ed.). Madrid, España: Itemex,

Pila, J. (2012). *La motivación como estrategia de aprendizaje en el desarrollo de competencias comunicativas de los estudiantes de I-II nivel de inglés del convenio Héroes del Cenepa-Espe de la ciudad de Quito en el año 2012. Diseño de una guía de estrategias motivacionales para docentes* (tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1659/1/TESIS COMPLETA DE MOTIVACION.pdf

Piñero, E. (2015). *Estrategias y Modelos de Negocio* (1era ed.). Madrid, España: Editorial Universitaria Ramón Areces.

Poledñová, I., Stránská, Z. & Niedobová, H. (2014). Achievement Motivation of Secondary School Students in Relation to Their Social Position in the Class. *Problems of Psychology in the 21st Century, 8*(1), 61–70. Recuperado de http://www.scientiasocialis.lt/ppc/files/pdf/61-70.Polednova_Vol.8_ppc.pdf

Poncio, D. (2010). *Animarse a Emprender.* Recuperado de http://books.google.com.mx/books?id=5L-erERQeAMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Quintero, C. (2007). Generación de Competencias en Jóvenes Emprendedores. *Unab, 4-45.* Recuperado de https://docplayer.es/8276352-Generacion-de-competencias-en-jovenes-emprendedores.html

Ramos, M. (2016). *Estudio sobre la motivación y su relación con el rendimiento académico* (tesis de maestría). Recuperado de http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3064/Trabajo.pdf?sequence=1

Rivera, G. (2013). *La motivación del alumno y su relación con el rendimiento académico en los estudiantes de Bachillerato Técnico en Salud Comunitaria del Instituto República Federal de México de Comayagüela, M.D.C., durante el año lectivo 2013* (tesis de maestría). Recuperado de http://www.cervantesvirtual.com/obra/la-motivacion-del-alumno-y-su-relacion-con-el-rendimiento-academico-en-los-estudiantes-de-bachillerato-tecnico-en-salud-comunitaria-del-instituto-republica-federal-de-mexico-de-comayaguela-mdc-durante-el-ano-lectivo-2013/

Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* (10ma ed.). México: Pearson Educación.

Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional* (13ava ed.) México: Pearson Prentice Halln.

Rojo, Y., Macedo, D., & Sánchez, L. (2016). *Factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología* (tesis pregrado). Recuperado de http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/58954

Roth, E., & Lacoa, D. (2009). Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relaciones y Predicción. *Ajayu, 7*(1), 2–38. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/4615/461545467005.pdf

Ruiz, G., & Quintana, A. (2016). Atribución de motivación de logro y rendimiento académico en matemática. *PsiqueMag, 4*(1), 234–251. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/303683949_Atribucion_de_motivacion_de_logro_y_rendimiento_academico_en_matematica

Ryan, R. & Deci, E. (2000). La Teoría de la Autodeterminación y la Facilitación de la Motivación Intrínseca, el Desarrollo Social, y el Bienestar. *American Psychologist, 55*(1), 68–78. Recuperado de: http://www.davidtrotzig.com/uploads/articulos/2000_ryandeci_spanishampsych.pdf

Sánchez, W. (2015). *La Motivación según McClelland y el rendimiento académico en estudiantes del I ciclo de pregrado de Educación secundaria de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima Perú 2012* (tesis maestría). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/5768/Sanchez_gw.pdf;jsessionid=EB76D327B261FA8E7470DAA845AE58AE?sequence=1

Santrock, J. (2002). *Psicología de la Educación* (1era ed.). Mexico: McGraw Hill.

Schunk, D. (2012). *Teorías del Aprendizaje: Una perspectiva educativa* (6ta ed.). México: Pearson Educación.

Singh, K. (2011). Study of Achievement Motivation in Relation to Academic Achievement of Students. *International Journal of Educational Planning & Administration, 1*(2), 161–171. Recuperado de https://www.ripublication.com/ijepa/ijepav1n2_8.pdf

Tapia, A., Montero, I., & Huertas, J. A. (2000). *Evaluación de la motivación en sujetos adultos: el cuestionario MAPE–3.* Recuperado de http://sohs.pbs.uam.es/webjesus/eval_psicologica/cuestionarios/mape3.pdf

Tarazona, J. (2017). *Motivación de logro y rendimiento académico en estudiantes del programa dual de electricidad industrial en una institución de educación*

tecnológica de Villa el Salvador (tesis maestría). Recuperado de http://repositorio.upch.edu.pe/handle/upch/3719

Thornberry, G. (2003). Relación entre motivación de logro y rendimiento académico en alumnos de colegios limeños de diferente gestión. *Persona, 6*(1), 197–216. Recuperado de: https://doi.org/10.26439/persona2003.n006.931

Torroba, L. (2014). *Factores clave en el desarrollo del emprendimiento* (tesis pregrado). Recuperdo de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1

Vallerand, R., Pelletier, L., Blais, M., Briere, N., Senecal, C. & Vallieres, E. (1993). On the Assessment of intrinsic, extrinsic, and Amotivation in Education: Evidence on the Concurrent and Construct Validity of the Academic Motivation Scale. *Education and Psychological Measurement, 53*(1), 159-171. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/247728051_On_the_Assessment_of_Intrinsic_Extrinsic_and_Amotivation_in_Education_Evidence_on_the_Concurrent_and_Construct_Validity_of_the_Academic_Motivation_Scale

Vargas, G. (2007). *Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio de Abad del Cusco* (tesis doctoral). Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/563

Vargas, J. (2012). Implicaciones de la teoría motivacional de la Autodeterminación en el ámbito laboral. *Revista Electrónica Nova Scientia, 5*(9), 154–175. Recuperado de: https://doi.org/10.21640/ns.v5i9.162

Vera, J. (2011). Edward. L. Deci: Un pionero en el estudio de la motivación humana. *Revista Internacional de Ciencias Del Deporte, 7*(25), 336-338. Recuperado de: https://recyt.fecyt.es/index.php/RICYDE/article/view/16096

Woolfolk, A. (1999). *Psicología Educativa* (7ma ed.). Recuperado de https://saberespsi.files.wordpress.com/2016/09/psicologia-educativa-woolfolk-7c2aa-edicion.pdf

Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G., & Olson, J. (2009). *Psicología Social* (1era ed.). Madrid, España: Paraninfo S.A.

Anexo 1

Escala de Motivación Académica (EMA)

Genero: **Masculino ( )** **Femenino ( )**
Edad: **…….**
Ciclo de Estudios: **…….**
Procedencia: **Costa ( )** **Sierra ( )** **Selva ( )**

El cuestionario EMA, está compuesto por 28 reactivos que describen una razón por qué asistes a la universidad. El cuestionario STE, está compuesto por 15 reactivos que tienen como propósito recabar información acerca del nivel de actitud emprendedora.

INSTRUCCIONES: Estas preguntas se relacionan con la motivación de logro y actitudes emprendedoras en los estudiantes. Las ponemos a su consideración. Por favor pueda leer los ítems y considere su respuesta en forma sincera y honesta. Sus respuestas serán reservadas en estricta confidencialidad. Si encontrara alguna duda consulte con el encuestador.

Nada en absoluto	Muy poco	Poco	Medianamente	Bastante	Mucho	Totalmente
1	2	3	4	5	6	7

Dimensión: Amotivación								
1	Sinceramente no lo sé; verdaderamente, tengo la impresión de perder el tiempo en la universidad.	1	2	3	4	5	6	7
2	En su momento, tuve buenas razones para ir a la universidad; pero, ahora me pregunto si debería continuar en ella.	1	2	3	4	5	6	7
3	No sé porque voy a la universidad y francamente, me trae sin cuidado.	1	2	3	4	5	6	7
4	No lo sé; no consigo entender qué hago en la universidad.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión: Regulación Externa								
5	Porque sólo con el Bachillerato no podría encontrar un empleo bien pagado	1	2	3	4	5	6	7
6	Para poder conseguir en el futuro un trabajo más prestigioso	1	2	3	4	5	6	7
7	Porque en el futuro quiero tener una “buena vida”	1	2	3	4	5	6	7
8	Para tener un sueldo mejor en el futuro.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión: Regulación Introyectada								
9	Para demostrarme que soy capaz de terminar una carrera universitaria.	1	2	3	4	5	6	7
10	Porque aprobar en la universidad me hace sentirme importante.	1	2	3	4	5	6	7
11	Para demostrarme que soy una persona inteligente.	1	2	3	4	5	6	7
12	Porque quiero demostrarme que soy capaz de tener éxito en mis estudios.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión: Regulación Identificada								
13	Porque pienso que los estudios universitarios me ayudarán a preparar mejor la carrera que he elegido.	1	2	3	4	5	6	7
14	Porque posiblemente me permitirá entrar en el mercado laboral dentro del campo que a mí me guste.	1	2	3	4	5	6	7
15	Porque me ayudará a elegir mejor mi orientación profesional.	1	2	3	4	5	6	7

16	Porque creo que unos pocos años más de estudios van a mejorar mi competencia como profesional.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión: MI al Conocimiento								
17	Porque para mí es un placer y una satisfacción aprender cosas nuevas.	1	2	3	4	5	6	7
18	Por el placer de descubrir cosas nuevas desconocidas para mí.	1	2	3	4	5	6	7
19	Por el placer de saber más sobre las asignaturas que me atraen.	1	2	3	4	5	6	7
20	Porque mis estudios me permiten continuar aprendiendo un montón de cosas que me interesan.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión: MI al Logro								
21	Por la satisfacción que siento cuando me supero en mis estudios.	1	2	3	4	5	6	7
22	Por la satisfacción que siento al superar cada uno de mis objetivos personales.	1	2	3	4	5	6	7
23	Por la satisfacción que siento cuando logro realizar actividades académicas difíciles	1	2	3	4	5	6	7
24	Porque la universidad me permite sentir la satisfacción personal en la búsqueda de la perfección dentro de mis estudios.	1	2	3	4	5	6	7
Dimensión: MI a las Experiencias Estimulantes								
25	Por los intensos momentos que vivo cuando comunico mis propias ideas a los demás	1	2	3	4	5	6	7
26	Por el placer de leer autores interesantes	1	2	3	4	5	6	7
27	Por el placer que experimento al sentirme completamente absorbido por lo que ciertos autores han escrito.	1	2	3	4	5	6	7
28	Porque me gusta meterme de lleno cuando leo diferentes temas interesantes.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 2

Escala ¿Soy del tipo Emprendedor? (STE)

Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4

Dimensión: Optimismo					
1	No tengo miedo a emprender iniciativas	1	2	3	4
2	Donde otros ven problemas, yo veo oportunidades	1	2	3	4
3	Estoy siempre dispuesto a emprender nuevos proyectos	1	2	3	4
4	Cuando emprendo un proyecto, tengo confianza en poder alcanzar el éxito	1	2	3	4
Dimensión: Proactividad					
5	Apunto a la excelencia en cada cosa que hago	1	2	3	4
6	Me gusta darme retos cuando emprendo un nuevo proyecto	1	2	3	4
7	Intento ser el mejor en mi área de competencia	1	2	3	4
8	Siempre doy lo mejor de mí en todo lo que hago	1	2	3	4
Dimensión: Persistencia					
9	Cuando enfrento dificultades, busco soluciones alternativas	1	2	3	4
10	Siempre intento aprender lecciones de mis propios errores	1	2	3	4
11	Todo es posible si creo poder hacerlo	1	2	3	4
12	Después de un error, soy capaz de levantarme y comenzar nuevamente	1	2	3	4
Dimensión: Creatividad e Innovación					
13	Puedo imaginar fácilmente muchas maneras de satisfacer una necesidad	1	2	3	4
14	Soy bastante curioso, por ello continuamente estoy en búsqueda de descubrimientos	1	2	3	4
15	Soy capaz de imaginar cómo pueden hacerse funcionar las cosas	1	2	3	4

Anexo 3

Matriz de consistencia de la investigación

Título: 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

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	SISTEMA DE VARIABLES	METODOLOGÍA
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN ¿Cuál es la relación entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima? **PROBLEMAS ESPECÍFICOS** 1.- ¿Cuál es la relación entre la amotivación y las actitudes emprendedoras**?** 2.- ¿Cuál es la relación entre la regulación externa con las actitudes? 3.- ¿Cuál es la relación entre la regulación introyectada y las actitudes emprendedoras? 4.- ¿Cuál es la relación entre la regulación identificada y las actitudes emprendedoras? 5.- ¿Cuál es la relación entre la motivación intrínseca al conocimiento y las actitudes emprendedoras? 6.- ¿Qué relación existe entre la motivación intrínseca al logro y las actitudes emprendedoras?	**OBJETIVO PRINCIPAL** Determinar la relación que existe entre la motivación de logro y las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima **OBJETIVOS ESPECÍFICOS** 1.- Determinar la relación entre la amotivación y las actitudes emprendedoras. 2.- Determinar la relación entre la regulación externa y las actitudes emprendedoras. 3.- Determinar la relación entre la regulación introyectada y las actitudes emprendedoras. 4.- Evaluar la relación entre la regulación identificada y las actitudes emprendedoras. 5.- Determinar la relación existe entre la motivación intrínseca al conocimiento y sus actitudes emprendedoras. 6.- Identificar la relación	**HIPÓTESIS PRINCIPAL** La motivación de logro se relaciona significativamente con las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima. **HIPÓTESIS ESPECÍFICAS** 1.- El nivel de amotivación de los estudiantes se relaciona significativamente con sus actitudes emprendedoras. 2.- El nivel de regulación externa de los estudiantes se relaciona significativamente con sus actitudes emprendedoras. 3.- La regulación introyectada de los estudiantes se relaciona significativamente con sus actitudes emprendedoras. 4.- Las regulaciones identificadas de los estudiantes se relacionan significativamente con sus	**VARIABLE INDEPENDIENTE** **Motivación de Logro** **Dimensiones:** 1.- Amotivación 2.- Regulación Externa 3.- Regulación Introyectada 4.- Regulación Identificada 5.- Motivación intrínseca al conocimiento 6.- Motivación intrínseca al logro 7.- Motivación intrínseca a las experiencias estimulantes **VARIABLE DEPENDIENTE** **Actitudes emprendedoras** **Dimensiones:** 1.- Optimismo 2.- Proactividad 3.- Persistencia 4.- Creatividad e innovación	**TIPO DE INVESTIGACIÓN** **Tipo:** Correlacional. **Diseño:** No experimental, transversal. **Población:** La población está constituida por estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima. **Instrumento de recolección de datos:** **Motivación de logro** Escala de motivación Académica (EMA) diseñada por Vallerand (1993). Contiene 7 dimensiones y con un total de 28 ítems. 4 ítems por dimensión **Actitudes Emprendedoras** Escala para medir las Actitudes Emprendedoras ¿Soy del tipo emprendedor?

7.- ¿Qué relación existe entre la motivación intrínseca a las experiencias estimulantes y las actitudes emprendedoras?	entre la motivación intrínseca al logro y las actitudes emprendedoras. 7.- Determinar la relación entre la motivación intrínseca a las experiencias estimulantes y las actitudes emprendedoras.	actitudes emprendedoras. 5.- El nivel de motivación intrínseca al conocimiento de los estudiantes se relaciona significativamente con sus actitudes emprendedoras. 6.- El nivel de motivación intrínseca al logro de los estudiantes se relaciona significativamente con sus actitudes emprendedoras. 7.- EL nivel de motivación interna a las experiencias estimulantes de los estudiantes se relaciona significativamente con sus actitudes emprendedoras.		(STE) propuesto por Roth y Lacoa (2009). Contiene 4 dimensiones y 15 ítems en total.

Anexo 4: Autorización para aplicación de instrumentos

UNIVERSIDAD PERUANA UNION

EDUCAT HUIC VITAE ET AETERNITATI

Una Institución Adventista

Lima, Ñaña, 23 de octubre de 2019

Doctor
Raúl Acuña Salinas
Vicerrector académico – Lima
Universidad Peruana Unión
Presente

Asunto: Autorización del Comité de Ética para el desarrollo de la investigación.

Tengo el agrado de dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo y desear muchas bendiciones en la labor que desempeña.

Mediante este documento tenemos a bien presentar al investigador Santos Victor Burgos Chávez, identificado con DNI N° 17954494 y a su asesor el **Dr. Ramos Alfonso Paredes Aguirre,** identificado con DNI N°10295879, ambos adscritos a la Unidad de Posgrado de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión sede Lima.

El Comité de Ética del Centro de Investigación e Innovación en Educación y Comunicaciones de la Universidad Peruana Unión ha revisado el protocolo de investigación titulado: **"Motivación de logro y actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales en una universidad privada de Lima, 2019"** presentado por el investigador antes mencionado, y se resuelve ***autorizar*** el desarrollo de la investigación de acuerdo a los procedimientos mencionados, en la Universidad Peruana Unión, Lima, que usted dignamente dirige en el área de Vicerrectorado.

Agradecemos anticipadamente el apoyo que pueda brindar al investigador, a fin de concluir satisfactoriamente este proceso, los resultados obtenidos serán difundidos por los canales correspondientes.

Atentamente,

UNIVERSIDAD PERUANA UNION ESCUELA DE POSTGRADO EDUCAT HUIC VITAE ET AETERNITATI COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN UPG CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Dr. Ramos Alfonso Paredes Aguirre
Coordinador de Investigación e Innovación
Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Mg. Denis Frank Cunza Aranzábal
Coordinador de Investigación e Innovación
Unidad de Posgrado de Ciencias Humanas y Educación

cc:
Investigador

Villa Unión – Ñaña, altura Km. 19 de la Carretera Central, Lurigancho – Chosica, Lima 15, Perú
Teléfono: (01) 618-6300 Fax: 618-6364 Web: www.upeu.edu.pe E-mail: investigacion@upeu.edu.pe