

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**DOCTORADO EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE  
LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN DE LAS  
UNIVERSIDADES DE LA REGIÓN APURIMÁC, 2018**

**PRESENTADA POR:**

**DARÍO VALREYMOND TACORA**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**DOCTORIS SCIENTIAE EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN**

**PUNO, PERÚ**

**2019**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**DOCTORADO EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS  
ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN DE LAS  
UNIVERSIDADES DE LA REGIÓN APURÍMAC, 2018**

**PRESENTADA POR:**

**DARÍO VALREYMOND TACORA**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**DOCTORIS SCIENTIAE EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN**

APROBADO POR EL JURADO SIGUIENTE:

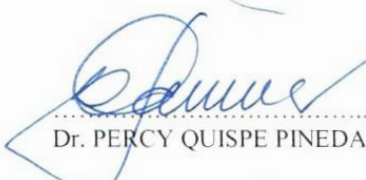
PRESIDENTE

  
.....  
Dr. GERMAN ALBERTO MEDINA COLQUE


PRIMER MIEMBRO

  
.....  
Dr. EDUARDO JIMENEZ NINA

SEGUNDO MIEMBRO

  
.....  
Dr. PERCY QUISPE PINEDA

ASESOR DE TESIS

  
.....  
Dr. EDSON APAZA MAMANI

**ÁREA:** Contabilidad y Administración  
**TEMA:** Emprendimiento en la administración  
**LÍNEA:** Liderazgo empresarial

Puno, 9 de mayo de 2019

## DEDICATORIA

Con amor y gratitud a mi querida madre María y a mis hijos Midward y Alexia por ser fuente de inspiración.

## AGRADECIMIENTOS

- A los docentes de la Escuela de Posgrado del Programa de Doctorado en Contabilidad y Administración.
  
- A Julián Oré Leiva, Mauro Huayapa Huaynacho, Elio Nolasco Carbajal y David Barrial Acosta docentes de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas – Sede Abancay.
  
- A Yaquelin Nery Arapa Chuctaya, Alfredo Huaman Cuya y Kiember Inca Allcchahaman docentes de la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas – Filial Tambobamba.
  
- A las Doctoras María Asunción Ibáñez Romero y Catherine Krauss por facilitar el instrumento de investigación sobre actitud emprendedora.
  
- A Magno Alberto Cutipa Limache Docente de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.
  
- A todos los estudiantes de las universidades de: José María Arguedas - Andahuaylas y Micaela Bastidas sede Abancay y filial Tambobamba; de las escuelas de Administración de Empresas y Administración.
  
- A todos los que colaboraron en el presente informe de investigación.

**ÍNDICE GENERAL**

	<b>Pág.</b>
DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
ÍNDICE GENERAL .....	iii
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
INTRODUCCIÓN .....	1

**CAPÍTULO I****REVISIÓN DE LA LITERATURA**

1.1 Fundamentos teóricos.....	3
1.1.1 Emprendimiento.....	3
1.1.2 Emprendedor.....	3
1.1.3 Actitud .....	5
1.1.4 Actitud emprendedora.....	7
1.1.5 Logro.....	7
1.1.6 Innovación .....	8
1.1.7 Control .....	8
1.1.8 Autoestima.....	9
1.1.9 Riesgo .....	10
1.1.10 Edad .....	10
1.1.11 Género.....	11
1.1.12 Experiencia laboral previa .....	11
1.1.13 Expectativa de trabajo.....	11
1.1.14 Ámbito de desarrollo .....	12
1.1.15 Formación y ocupación de los padres .....	12
1.1.16 Modelos de referencia.....	12
1.1.17 Ambiente universitario .....	13
1.1.18 Modelo de factores que influyen en la actitud emprendedora .....	14
1.2 Antecedentes .....	14
1.2.1 Internacionales .....	14
1.2.2 Nacionales.....	24

**CAPÍTULO II****PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

2.1	Definición del problema.....	26
2.2	Problema general.....	29
2.2.1	Problemas específicos.....	29
2.3	Justificación.....	29
2.4	Objetivos.....	30
2.4.1	Objetivo general.....	30
2.4.2	Objetivos específicos.....	30
2.5	Hipótesis.....	31
2.5.1	Hipótesis general.....	31
2.5.2	Hipótesis específicos.....	31
2.6	Operacionalización de variables.....	32

**CAPÍTULO III****MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1	Lugar de estudio.....	33
3.2	Población.....	34
3.3	Muestra.....	35
3.4	Métodos.....	36
3.4.1	Descripción detallada de métodos por objetivos específicos.....	36
3.5	Confiabilidad y validez del instrumento.....	37

**CAPÍTULO IV****RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1	Resultados descriptivos de datos generales, variables independientes y dependiente.....	40
4.1.1	Análisis descriptivo de los datos generales.....	40
4.1.2	Análisis descriptivo de las variables independientes.....	53
4.1.3	Análisis descriptivo de la variable dependiente.....	74
4.1.4	Análisis descriptivo de los niveles de la actitud emprendedora.....	102
4.1.5	Análisis de los objetivos.....	106
4.1.6	Contrastación de hipótesis.....	108
CONCLUSIONES.....		113
RECOMENDACIONES.....		115
BIBLIOGRAFÍA.....		117
ANEXOS.....		124

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
1. Operacionalización de variables .....	32
2. Población de estudiantes matriculados al 2018-II .....	35
3. Características de la determinación de la muestra .....	35
4. Muestra probabilística estratificada .....	36
5. Método por objetivos específicos .....	37
6. Resultados de Confiabilidad y Validez Convergente .....	39
7. Perfil de los estudiantes – universidades de la Región Apurímac .....	42
8. Perfil de los estudiantes – UNAJMA.....	43
9. Perfil de los estudiantes – UNAMBA sede Abancay .....	44
10. Perfil de los estudiantes – UNAMBA filial Tambobamba.....	46
11. Perfil familiar en los estudiantes – universidades de la Región Apurímac .....	47
12. Perfil familiar en los estudiantes – UNAJMA .....	50
13. Perfil familiar en los estudiantes – UNAMBA sede Abancay.....	51
14. Perfil familiar en los estudiantes – UNAMBA filial Tambobamba .....	52
15. Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables – universidades de la Región Apurímac .....	53
16. Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables – UNAJMA .....	54
17. Niveles de los modelos de referencia primaria y sus variables – UNAMBA sede Abancay .....	55
18. Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba .....	56
19. Nivel de los modelos de referencia y sus variables – universidades de la Región Apurímac .....	57
20. Nivel de los modelos de referencia y sus variables – UNAJMA.....	58
21. Nivel de los modelos de referencia y sus variables – UNAMBA sede Abancay ....	60
22. Nivel de los modelos de referencia secundaria y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba .....	61
23. Nivel de expectativa de trabajo y sus variables – universidades de la Región Apurímac .....	63
24. Nivel de expectativa de trabajo – UNAJMA .....	64
25. Nivel de expectativa de trabajo y sus variables – UNAMBA sede Abancay .....	66
26. Nivel de expectativa de trabajo y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba..	67

27. Nivel de ambiente universitario y sus variables – universidades de la Región Apurímac .....	69
28. Nivel de ambiente universitario y sus variables – UNAJMA.....	70
29. Nivel de ambiente universitario y sus variables – UNAMBA sede Abancay .....	72
30. Nivel de ambiente universitario y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba	73
31. Nivel de logro y sus dimensiones – universidades de la Región Apurímac .....	75
32. Nivel de logro y sus dimensiones – UNAJMA.....	76
33. Nivel de logro y sus dimensiones – UANMABA sede Abancay .....	78
34. Nivel de logro y sus dimensiones – UNAMBA filial Tambobamba.....	79
35. Nivel de innovación y sus dimensiones – universidades de la Región Apurímac...	81
36. Nivel de innovación y sus dimensiones – UNAJMA .....	82
37. Nivel de innovación y sus dimensiones – UNAMBA sede Abancay.....	85
38. Nivel de innovación y sus dimensiones – UNAMBA filial Tambobamba.....	86
39. Nivel de control y sus dimensiones – universidades de la Región Apurímac .....	87
40. Nivel de control y sus dimensiones – UNAJMA.....	88
41. Nivel de control y sus dimensiones – UNAMBA sede Abancay .....	90
42. Nivel de control y sus dimensiones – UNAMBA filial Tambobamba.....	91
43. Nivel de autoestima y sus dimensiones – universidades de la Región Apurímac ...	92
44. Nivel de autoestima y sus dimensiones – UNAJMA.....	93
45. Nivel de autoestima y sus dimensiones – UNAMBA sede Abancay .....	94
46. Nivel de autoestima y sus dimensiones – UNAMBA filial Tambobamba .....	95
47. Nivel de riesgo y sus dimensiones – universidades de la Región Apurímac.....	98
48. Nivel de riesgo y sus dimensiones – UNAJMA .....	99
49. Nivel de riesgo y sus dimensiones – UNAMBA sede Abancay.....	100
50. Nivel de riesgo y sus dimensiones – UNAMBA filial Tambobamba.....	101
51. Nivel de actitud emprendedora – universidades de la Región Apurímac.....	103
52. Indicadores de Fiabilidad y Confianza del Modelo Propuesto .....	104
53. Regla de decisiones para indicadores de fiabilidad confiabilidad .....	105
54. Matriz de correlaciones y validez discriminante .....	105
55. Coeficientes path estimados (coeficientes de regresión estandarizados).....	106
56. Contraste de hipótesis .....	108
57. Regla de decisiones para contrastar hipótesis.....	108
58. Resumen de resultados de análisis de datos para $R^2$ y $Q^2$ .....	112



## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
1. Modelo de actitud emprendedora.....	14
2. Resultado del modelo propuesto – Actitud Emprendedora.....	111

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
1. Instrumento de investigación .....	125
2. Matriz de consistencia .....	128
3. Operacionalización de variables e indicadores .....	129
4. Factores y variables con valor final, tipo de variable e instrumento de investigación .....	130

## RESUMEN

El propósito del estudio fue determinar los factores: modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac. El alcance del estudio se enmarca como explicativo, no experimental y transversal, se hizo una encuesta a 283 estudiantes de las universidades de Micaela Bastidas sede Abancay; y su filial Tambobamba y José María Arguedas sede Andahuaylas; de las escuelas de Administración y Administración de Empresas, se aplicó un test de escala de Likert con un total de 37 ítems, para la prueba estadística se aplicó el método de modelado de trayectoria de mínimos cuadrados parciales; mediante el programa SMARPLS v.3.2.8. En las relaciones de causalidad entre los constructos: modelos de referencia (primaria (0.043) y secundaria (0.155)), expectativa de trabajo (0.408) y ambiente universitario (0.257) con la actitud emprendedora; los coeficientes de trayectoria presentan puntuaciones débiles para las dos primeras y moderadas para las dos últimas. El estudio demuestra que los factores que influyen de manera positiva y significativa en la actitud emprendedora son la expectativa de trabajo y el ambiente universitario, asimismo se aprecia que el valor de  $R^2$  (varianza explicada) explica en un 49% la actitud emprendedora; por otra parte, el test Stone-Geisser  $Q^2$  es  $0.274 > 0$  por lo que el modelo tiene relevancia predictiva.

**PALABRAS CLAVE:** Actitud emprendedora, ambiente universitario, expectativa de trabajo, mínimos cuadrados parciales, modelos de referencia.

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine some factors: reference models (primary and secondary), job expectation and university environment which influence the entrepreneurial attitude in students of administration schools at Apurimac Universities. The scope of the study is framed as explanatory, non-experimental and transversal; a survey was conducted of 283 students, of the Schools of Administration and Business Administration, from the Micaela Bastidas University, in Abancay and Tambobamba, and the José María Arguedas University in Andahuaylas; a Likert scale test was applied with a total of 37 items, for the statistical test, the method called modeling of trajectory by partial least squares was applied. In the relationships of causality between the constructs: reference models (primary (0.043) and secondary (0.155)), job expectation (0.408) and university environment (0.257) with the entrepreneurial attitude; the trajectory coefficients have weak scores for the first two and moderate scores for the last two. The study shows that the factors that influence in a positive and significant way, in the entrepreneurial attitude, are the job expectation and the university environment, likewise it is appreciated that the value of  $R^2$  (explained variance) explains in 49% the entrepreneurial attitude; on the other hand, test Stone-Geisser  $Q^2$  is  $0.274 > 0$ , so that the model has predictive relevance.

**KEY WORDS:** Entrepreneurial attitude, partial least squares, reference models, university environment, work expectation.

## INTRODUCCIÓN

La investigación se desarrolló en la Región Apurímac en las universidades nacionales de Micaela Bastidas en adelante UNAMBA sede Abancay y filial Tambobamba; y José María Arguedas en adelante UNAJMA con sede en Andahuaylas en las escuelas de Administración. Las universidades de nuestro país, ya sean estas públicas y privadas, por lo general forman profesionales, luego los graduados buscan trabajo en los distintos sectores, instituciones o empresas, la nueva Ley universitaria 30220 en el artículo 52 específica sobre la incubadora de empresas, por lo tanto las universidades como una alternativa deben de fomentar en su proceso de formación proyectos empresariales o la creación de ellas. Las universidades nacionales de la Región Apurímac de las escuelas de Administración están más centradas en la formación profesional, presentando debilidades en emprendimientos sobre proyectos empresariales o la creación de las mismas a lo largo de su formación, por lo que esta problemática se relaciona con la actitud emprendedora, de los estudiantes, e identificar el nivel emprendimiento que posee, asimismo determinar los factores que modifican la actitud emprendedora, es por ello que el estudio está centrado en este tema. La actitud emprendedora es una actividad humana compleja, modificable e influida por factores diferentes y muy diversos; así como la geografía de nuestro país, por ello la importancia de realizar estudios sobre este contenido. La investigación corresponde al área de contabilidad y administración, pertenece a la línea de liderazgo empresarial, y énfasis en el tema de emprendimiento en la administración. El propósito de la investigación es determinar los factores modelos de referencia: primaria y secundaria, expectativa de trabajo y ambiente universitario influye en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018. El alcance o tipo y diseño de investigación es explicativo y no experimental y transversal, se realizó un test de escala de Likert con un total de 37 ítems; haciendo una encuesta a 283 estudiantes de las universidades de Micaela Bastidas sede Abancay y su filial Tambobamba y José María Arguedas de las escuelas de Administración, para la contrastación de las hipótesis fue a través del método de modelado de rutas de mínimos cuadrados parciales mediante el programa SMARPLS versión 3.2.8.



En el capítulo I se desarrolla la revisión de literatura, marco teórico y los antecedentes de investigación que respaldan el estudio. En el capítulo II se despliega el planteamiento del problema; describiendo la identificación del problema, enunciados del problema, justificación, los objetivos y las hipótesis de investigación. En el capítulo III se identifica los materiales y métodos clasificados en: lugar de estudio, población, muestra, métodos de investigación y descripción detallada de métodos por objetivos específicos y finalmente en el cuarto y último capítulo se presenta la exposición de los resultados y discusiones divididos en conclusiones y recomendaciones pertinentes al estudio.

## CAPÍTULO I

### REVISIÓN DE LA LITERATURA

#### 1.1 Fundamentos teóricos

##### 1.1.1 Emprendimiento

El origen de la palabra en castellano deriva del latín “*in prendere*” (coger o tomar) y se utilizaba inicialmente para denominar a los aventureros y militares. En la lengua española la primera definición formal fue en 1732 bajo el “Diccionario de las Autoridades” que la definía con esa misma connotación: “Persona que determina hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua”. En ese sentido está relacionado con el vocablo francés “*entrepreneur*” que nace en el siglo XVI. La traducción literal al castellano significa “pionero”. Es de aquí donde nace la etiqueta de llamar “el primer emprendedor” a Cristóbal Colón. En el siglo XVIII el economista Anglo francés Richard Cantillon fue el primero en darle una connotación comercial al señalar al emprendedor como “persona que paga un precio por un producto, para luego revenderlo a un precio incierto, admitiendo consecuentemente el riesgo”. (Portal PQS Para Quitarse el Sombrero, 2018)

##### 1.1.2 Emprendedor

Según Pereira (2003) sostiene que el *entrepreneur*, concepto que habla de la persona que se caracteriza por su *entrepreneurship*, se traduce al castellano como emprendedor. Según la Real Academia Española (1791, 359) el término quiere decir: “Emprendedor: la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua” El término *entrepreneur* apareció por primera vez en el texto “*Essai Sur la Nature du Commerce en Général*” escrito por Cantillon (1997), (...). El término designaba una persona que se caracterizaba por comprar productos a precios conocidos para

venderlos en el mercado a precios desconocidos. Esta concepción asoció al término emprendedor los elementos conceptuales de recursos y riesgo.

El aporte de Schumpeter (1934-1967) quien identificó al emprendedor como el destructor creativo que rompe los ciclos ajustados del mercado (...) mediante la introducción de una innovación que le brinda una ventana de tiempo monopolística que le permite fijar un precio muy superior al costo de los recursos utilizados para la producción. (...). Por tanto, lo que realmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante. (Pereira, 2003), asimismo Rodríguez (2009) sostiene que la definición del término emprendedor ha ido evolucionando (...), hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas. De Vries (1977), quien identifica al emprendedor a partir de los roles que cumple al concebir e implementar la idea: (a) innovación; (b) administración o coordinación, y (c) toma de riesgos. Por lo que Formichella (2004) sostiene que un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros.

Para Pereira (2003) el emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla. El emprendedor se caracteriza principalmente por mostrar comportamientos innovadores y por el deseo de emplear estrategias de gestión prácticas (Furnham, 1995). Según Ramírez, *et al.* (2012) un emprendedor es alguien, una persona o varias, que con ímpetu realizan o forman algo nuevo y ello generalmente, tiene un impacto positivo. Estos actos realizados por el emprendedor pueden consolidarse en la creación de una empresa. Asimismo para Formichella (2004) ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. Para Varela (2008) el emprendedor “es la persona



o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio (...). Por otro lado Pinchot (1987) según este autor los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan. Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados. Por otro lado emprendedor, es quien tiene la idea, el concepto, de un producto o servicio a realizar (Zorrilla, 2004).

El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas pues en ella convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento o de la intención emprendedora en los individuos (Durán & Arias, 2015).

### **1.1.3 Actitud**

El concepto de actitud ha sido ampliamente estudiado y ha dado lugar a numerosos estudios, sobre todo en la Psicología Social. Conocer qué son las actitudes, cómo se forman, cómo se pueden medir y modificar, son interrogantes que han despertado el interés científico desde hace mucho tiempo (Díaz, 2002).

La actitud es considerada como una disposición interna de carácter aprendido y duradera que sostiene las respuestas favorables o desfavorables del individuo hacia un objeto o una clase de objetos del mundo social; es el producto y el resumen de todas las experiencias del individuo, directas o socialmente mediatizadas, con dicho objeto o clases de objetos (Barriga et al., 1998).

Para Morales (2006) la actitud es una predisposición aprendida, no innata, y estable aunque puede cambiar, a reaccionar de una manera valorativa, favorable o desfavorable, ante un objeto.

Así para Rodríguez & Seoane (1989) la actitud es un conjunto organizado de convicciones o creencia que predispone favorable o desfavorablemente a actuar respecto a un objeto social.

Para Jiménez (1991) la actitud es la predisposición a actuar, aprendida, más o menos estable, dirigida hacia un objeto o situación, organizada de una forma estructurada y con unos elementos relacionados entre sí, de tal forma que el cambio en uno de ellos influye en los demás.

Podemos decir que todas las definiciones, a pesar de sus diferencias, tienen aspectos comunes. Todas ellas, de una forma u otra, resaltan la idea de que las actitudes se refieren a algo concreto, es decir, la actitud se tiene hacia un objeto, una persona o una situación particular. Por otro lado, también coinciden en que las actitudes no son innatas al hombre sino que éste aprende lo que es favorable o desfavorable para él, y esto le lleva a actuar de una forma u otra (Díaz, 2002).

Para Aigner (2007) las actitudes están relacionadas con el comportamiento que mantenemos en torno a los objetos a que hacen referencia. Si mi actitud hacia la política de acreditación curricular es favorable, lo más seguro es que participaré en su desarrollo e implementación en la Universidad. Las actitudes son sólo un “indicador” de la conducta pero no la conducta. Es por ello, que las mediciones de actitudes deben interpretarse como “síntomas” o como “indicios” y no como hechos.

Asimismo para Urbano & Toledano (2014) las actitudes son juicios evaluativos, favorables o desfavorables sobre objetos, personas o acontecimientos. Las actitudes manifiestan la opinión de quien habla acerca de algo. Si decimos “me gusta mi trabajo”, estamos expresando nuestra actitud hacia nuestro trabajo.

Para Ortego *et al.* (2007) un aspecto importante de las actitudes es el hecho de que son aprendidas. La familia, los amigos, los grupos de referencia, la escuela, los medios de comunicación y el trabajo son las principales agencias socialización implicadas en la adquisición y modificación de las actitudes. Al ser aprendidas las actitudes se adquieren y modifican por los mismos procesos que se adquieren y modifican los comportamientos. Una característica de las actitudes es que, en sí misma, no son directamente observables, sino que es una variable latente que inferimos a través de la conducta o de las declaraciones verbales de las personas, lo cual dificulta la medida.

La actitud es una predisposición aprendida para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable hacia el objeto de la actitud (Ajzen & Fishbein, 1980).

#### **1.1.4 Actitud emprendedora**

Según Krauss (2011) las actitudes emprendedoras definidas como: necesidad de logro, autoestima, innovación, control percibido interno y asunción de riesgo. Además la actitud emprendedora es la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de nuestros sueños, luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad (Velasco, 2008). Del mismo modo para Moreno *et al.* (2017) las actitudes del emprendedor son los comportamientos que emplean los emprendedores para efectuar diferentes labores o tareas, cuyas características expresadas en valores son: pasión, autoconfianza, propensión al riesgo, valentía, determinación, autocontrol e independencia. También la actitud emprendedora se traduce en una voluntad constante de iniciar y de organizar teniendo en cuenta los recursos disponibles para atender a los resultados concretos independientemente de la actividad donde se desarrolla (Quintero, 2007).

#### **1.1.5 Logro**

Según Robinson *et al.* (1991) el logro en los negocios, refiriéndose a los resultados concretos asociados con la puesta en marcha y crecimiento de una empresa comercial. Para Krauss (2011) la necesidad de logro en los negocios, referida a resultados concretos con la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos. Del mismo modo Ibañez (2002) afirma que la necesidad de logro, en desear lograr algún objetivo o meta y tener éxito en la creación de empresa. Además McClelland (1961) sostiene como una característica básica de los emprendedores, que actúan de una determinada forma:

- a) Necesitan tener responsabilidad de sus propios actos, de los resultados que obtengan, libertad para actuar y control de la situación.
- b) Buscan la retroalimentación de los resultados de sus decisiones, utilizando la información para modificar o cambiar objetivos de comportamiento.

- c) Se fijan retos y metas realistas con riesgos moderados.
- d) No les agradan las tareas rutinarias, sino aquellas que les permitan un logro personal o cuando cabe la posibilidad de que sus esfuerzos influyan en los resultados.
- e) Cuentan con mayor espíritu de previsión y a la hora de elegir compañeros de trabajo prefieren expertos a amigos.

#### **1.1.6 Innovación**

Para Robinson *et al.* (1991) la innovación en los negocios, relacionada con percibir y actuar sobre las actividades comerciales en formas nuevas y únicas. Para Krauss (2011) la innovación en los negocios, percibida como el funcionamiento de una empresa en una forma nueva y única. Asimismo Drucker (1993) sostiene que la innovación es la búsqueda sistemática y organizada del cambio, así como el análisis profundo de las oportunidades que los cambios pueden ofrecer para la innovación económica y social. Del mismo modo Schumpeter (1967) identifica al emprendedor como el realizador de nuevas combinaciones, proceso especial que le hace salirse de la actividad acostumbrada, nadar contra corriente, romper los límites de la rutina, y manejar incógnitas en vez de datos, y es entonces cuando surgen las dificultades, cuando salimos de los hábitos adquiridos con los que funcionamos en la vida, y que convierten a menudo en automático lo que hacemos.

#### **1.1.7 Control**

Según Robinson *et al.* (1991) el control personal percibido de los resultados comerciales, en relación con el individuo percepción de control e influencia sobre su negocio. Para Krauss (2011) el control percibido interno en los negocios, como forma de influir en los resultados empresariales. Según Ayerbe *et al.* (2000) explican que el locus of control es el elemento que muestra el lugar donde la persona sitúa el control de su vida. El control percibido es interno si la persona cree que los resultados que obtiene en su vida son debidos a sí mismo. En cambio, una persona con control percibido externo creerá que su actuación no va a influir en los resultados que obtenga. Basará la explicación de los acontecimientos en la suerte, el azar, la influencia de otras personas o grupos sociales de poder. Asimismo para Krauss (2011) el control percibido interno se relaciona positivamente con el esfuerzo en el trabajo, con nuevas ideas, con iniciativa, etcétera, y negativamente

con la creencia de la suerte, ideas viejas, decepción ante la no consecución de metas, obediencia, etcétera. Una persona con control percibido interno es más persuasiva, busca más información, es más propensa a olvidar los recuerdos del fracaso. Es muy importante que el emprendedor posea esta actitud, ya que a lo largo del emprendizaje tendrá fracasos que deberá afrontar. También Blackman (2003) afirma que naturalmente, la persona y su empresa tienen más éxito si posee un elevado control interno, y responsabilidad. Esto hace que el emprendedor seleccione cuidadosamente su plan de negocios, haciendo más probable el resultado exitoso.

### 1.1.8 Autoestima

Para Robinson *et al.* (1991) la autoestima percibida en los negocios, relacionada con la autoconfianza y la percepción de competencia de un individuo en conjunto con sus asuntos comerciales. Para Krauss (2011) la autoestima está relacionada con los negocios, como confianza y sentimiento de competencia para llevar a cabo el negocio, asimismo sostiene que la autoestima es una cualidad importante para que una persona sea capaz de enfrentar muchos obstáculos y convertirse en emprendedora. Cuanto más confíe en sus propias actitudes, con mayor perseverancia buscará sus objetivos y se convencerá de que es competente para lograrlos. Para Branden (1993) la autoestima, se puede explicar cómo la evaluación que se hace de sí mismo. Es la confianza en la propia capacidad para pensar y afrontar los desafíos que surgen todos los días. La autoestima positiva hace que las personas busquen objetivos exigentes que la estimulen y, al lograrlos, su autoestima aumenta aún más. según Harvey *et al.* (2003) afirma que la autoestima necesita tiempo y trabajo para lograrse; (...). Los individuos que la poseen son los que tienden a valorar sus logros y habilidades en forma objetiva, sin negarlos ni exagerarlos. Asimismo las personas con baja autoestima son vulnerables y se vuelven un blanco fácil de atacar. La autoestima actúa como un moderador frente a los factores de riesgo del trabajo, razón por la cual es tan importante que el emprendedor posea una alta autoestima, capaz de resguardar la armonía y la dignidad en condiciones de estrés.

### 1.1.9 Riesgo

Para Krauss (2011) la asunción de riesgo, es una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá una mayor asunción de riesgo y, por lo tanto, un menor grado de aversión a este. Ello implicará que la persona tendrá menos miedo en autoemplearse y en crear su propio emprendimiento, asimismo sostiene que el riesgo posee tres componentes: el tamaño de la pérdida, la probabilidad de ocurrencia y la vulnerabilidad de esta. Además, según Ibañez (2002) se reconocen tres fuentes que determinan el riesgo:

- Insuficiencia de control sobre personas, recursos, el tiempo y la información.
- Limitación de información, ya sea por no ser completa o no ser fiable.
- Escasez de tiempo cuando se debe tomar una decisión sin tener poseer la información completa.

También McCarthy (2003) sostiene que la propensión al riesgo de los emprendedores está enérgicamente vinculada con la personalidad que posean. Los emprendedores de tipo carismático, que son visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales, son tomadores de riesgo. Lo hacen basándose en la experiencia que fueron adquiriendo en fracasos anteriores. En cambio, los emprendedores de tipo práctico, que son más cautelosos y más racionales, asumen riesgos de forma calculada y planificando exactamente el negocio al cual apuntan.

### 1.1.10 Edad

Se ha argumentado que las personas jóvenes carecen de cargas familiares y poseen el vigor y la energía propia de su edad, lo que favorece el comportamiento orientado hacia la creación de empresas. También se ha mencionado que, los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades o puedan estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos, además de tener un mayor compromiso psicológico con su estabilidad, que disminuye la tendencia a crear una empresa, llegando a un momento en sus vidas en el que la seguridad es lo más importante tratando de evitar cualquier acción altamente arriesgada (Espíritu & Sastre, 2007).

### 1.1.11 Género

Para Espíritu *et al.* (2007) Las aportaciones en cuanto al estudio de género y la creación de empresas desarrolladas en los últimos años, han desempeñado un destacado papel en la investigación en general, (...), la participación de la mujer en el mercado laboral está aún por debajo del nivel deseado, por lo que es una vía interesante de acceso al mercado mediante la creación de empresas. Por otro lado, las dificultades por las que atraviesa la mujer en el mercado laboral, es motivada por los compromisos que asumen ante la empresa, buscando horarios más cómodos que le permitan compatibilizar vida laboral y familiar. Mientras tanto, los hombres que habitualmente participan en menor grado de la carga familiar podrán atender sin dificultad sus actividades emprendedoras. Asimismo Cordón *et al.* (1999) en su estudio se encontró que el 47% de los hombres habían pensado seriamente en crear su propia empresa, reduciéndose dicho porcentaje en un 32.9% en las mujeres, por lo que se manifiesta una inclinación mayor para emprender un negocio propio en hombres que en mujeres.

### 1.1.12 Experiencia laboral previa

La habilidad propia que define la figura del emprendedor se forma por medio de una experiencia de trabajo y personal. La experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar una decisión al respecto, ya que, cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor (Espíritu & Sastre, 2007).

### 1.1.13 Expectativa de trabajo

La expectativa de trabajo según Guerrero *et al.* (2015) precisa como predisposición a trabajar: por cuenta ajena (empleado no público), por cuenta propia (independiente, empresario con otros socios, crear una nueva empresa), para la administración pública, trabajar/colaborar en una organización sin fines de lucro y aun no tengo definido que me gustaría hacer al terminar la carrera. Para González & Martínez (2016) consiste en elegir un empleo, objetivos profesionales a corto-medio plazo. De la misma forma Naigeboren, *et al.* (2009) afirma que las expectativas de actuación profesional permiten proyectarse al futuro en términos de roles ocupacionales. Por lo tanto es la esperanza o posibilidad de conseguir trabajo

en los diversos sectores de económicos o autoemplearse; una vez egresado de la universidad.

#### **1.1.14 Ámbito de desarrollo**

Por lo tanto, según el área en que residan, será importante la información que reciban los potenciales emprendedores acerca de los trámites administrativos a seguir, las ayudas que algunas organizaciones otorgan, las subvenciones y en general todas aquellas actividades relacionadas con la creación de empresas para que tengan toda la información que les ayude y motive hacia la creación de su propio negocio, asimismo existen distintas oportunidades económicas y de desarrollo personal en los entornos rural, de pequeña y de gran ciudad que permitan a las personas desarrollar diferentes actitudes emprendedoras (Espíritu & Sastre, 2007).

#### **1.1.15 Formación y ocupación de los padres**

Constituye el nivel de educación y ocupación alcanzado por los padres de los estudiantes universitarios.

#### **1.1.16 Modelos de referencia**

Intenta medir la percepción o existencia de modelos de referencia asociados al emprendimiento en su entorno social más cercano; relacional al padre/madre emprendedor, otro emprendedor miembro de la familia, amigo, profesor y otra persona que haya puesto en marcha una empresa (Guerrero *et al.*, 2016). En esa misma línea Guerrero *et al.* (2015) precisa la importancia que radica en conocer personas emprendedoras que incentiva e incluso apoya en el desarrollo de iniciativas emprendedoras de otras personas. Por otro lado para Rodríguez & Vega (2016) indica que los antiguos alumnos y alumnas, con su bagaje de trayectorias vitales y profesionales, son una fuente de diversos modelos de referencia en emprendimiento con los que los estudiantes pueden llegar a identificarse.

Tener familiares empresarios o profesionales que trabajen por cuenta propia sirve de motivación a los futuros emprendedores, y es evidente que influye en los estudiantes universitarios en las intenciones de crear su propia empresa, ya que se desarrollan en un ambiente empresarial que forma parte de su vida cotidiana y que



les estimula para imitar, en un futuro, a sus propios familiares, por lo que el estudiante tratará de continuar en el ambiente en que se ha desarrollado (Espíritu & Sastre, 2007). Esta afirmación está relacionado con los antecedentes familiares precisado por el autor.

Para Shapero & Sokol (1982) son los antecedentes personales y familiares, (...) resalta, entre otros aspectos, la influencia positiva de los padres en la creación de empresas; asimismo usa información familiar, de amigos, entorno educativo, grupos étnicos y contexto profesional de los futuros empresarios. De la misma forma Ibañez (2002) indica que los que tienen un familiar cercano promotor de una empresa se muestran más propensos a la creación de una empresa. (...), las propias características de autoempleo tiene un profundo efecto en la situación familiar e influyen la elección de carrera a largo plazo asimismo los antecedentes familiares son un factor importante para el establecimiento inicial en el mercado laboral. De la misma forma Ibañez (2002) indica que los que tienen un familiar cercano promotor de una empresa se muestran más propensos a la creación de una empresa.

#### **1.1.17 Ambiente universitario**

La percepción de los alumnos sobre el entorno que ofrece la Universidad para desarrollar nuevas ideas, e involucrarse en actividades emprendedoras. Uno de los factores que se han considerado de elevada importancia en la formación de competencias emprendedoras es el papel de la Universidad en cuanto a la oferta de actividades de emprendimiento, adecuación de dicha oferta a las expectativas de los estudiantes y en general el ambiente emprendedor que existe en la misma (Estrada *et al.*, 2016). Por otro lado Guerrero *et al.* (2015) afirma la existencia de diversos programas, asignaturas, infraestructuras e incentivos dirigidos a la comunidad universitaria para fortalecer/developar el emprendimiento universitario. Krauss (2011) sostiene que otra manera de fomentar el emprendimiento entre los estudiantes es por medio de un concurso de ideas y planes de negocios e integradas por diferentes carreras y creen un proyecto en forma conjunta.

### 1.1.18 Modelo de factores que influyen en la actitud emprendedora

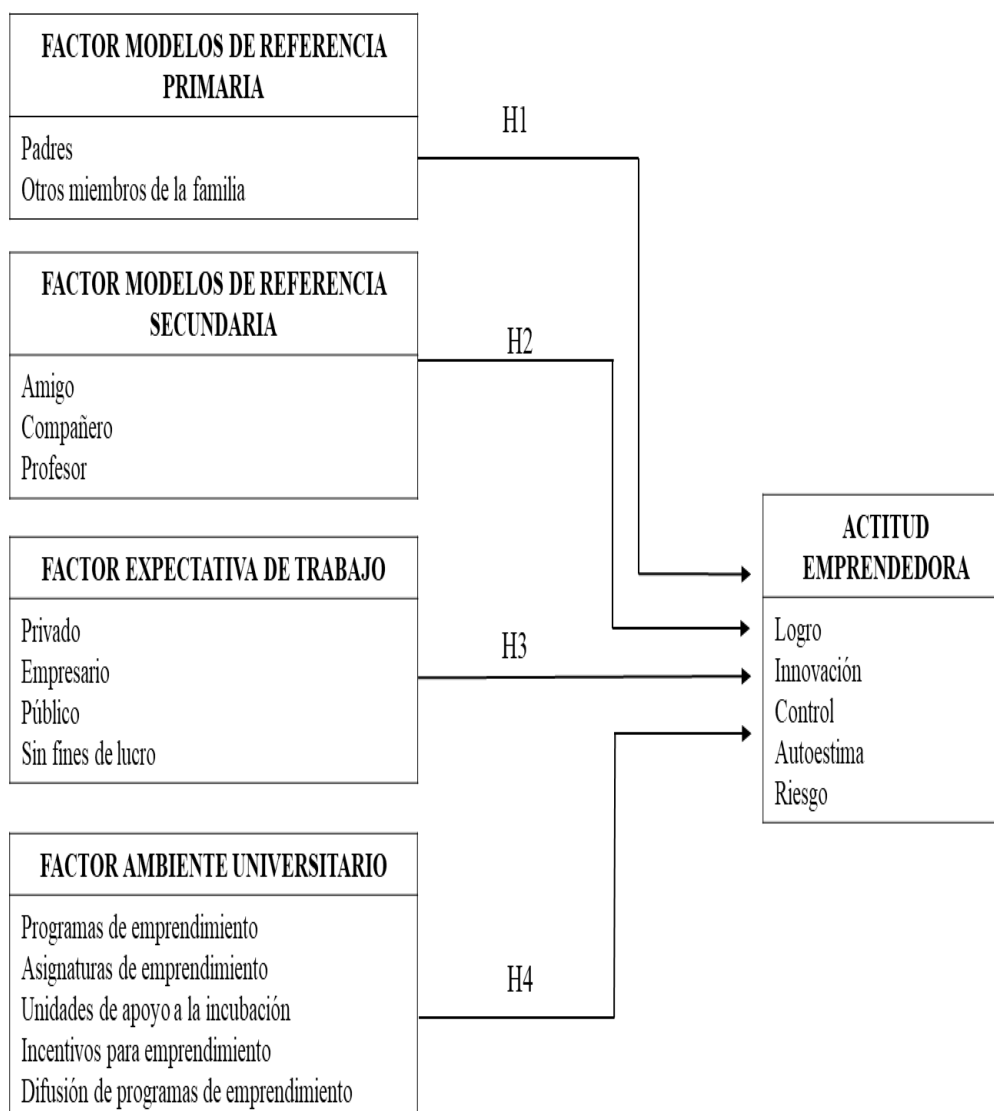


Figura 1. Modelo de actitud emprendedora  
Fuente: Marco teórico de la actitud emprendedora

## 1.2 Antecedentes

### 1.2.1 Internacionales

El estudio realizado por Barrera (2017) tiene como objetivo principal de este informe es conocer la actitud emprendedora de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla, inquiriendo en su autonomía, creatividad y liderazgo autopercebidos. Para ello, se aplica una encuesta a 408 estudiantes de Grado de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla,

dicho cuestionario está compuesto por dos escalas, midiendo las actitudes básicas hacia el emprendimiento (Test ATE) y la orientación básica hacia el emprendimiento (EOBE-3F14). Los resultados muestran que los y las estudiantes participantes tienen un alto nivel de actitud hacia el emprendimiento, obteniendo puntuaciones más altas la autonomía y la creatividad, seguidas del liderazgo, mostrándose únicamente diferencias en el género, la edad y los antecedentes familiares. Estos resultados pueden ayudar a orientar planes y políticas acerca de la educación emprendedora en el nivel universitario, atendiendo y ajustando la oferta formativa hacia la resolución de carencias y potenciando las habilidades y actitudes más deficitarias.

El estudio realizado por Fontaines *et al.* (2016) su investigación fue identificar cómo se constituye la actitud emprendedora en estudiantes universitarios. Se trabajó con 1072 estudiantes, en edades comprendidas entre los 22 y 25 años, cursantes de los tres últimos semestres de las distintas carreras<sup>5</sup> que se imparten en la Universidad de Oriente, Venezuela. Se aplicó un cuestionario de actitud emprendedora, configurado como una escala de actitud con formato tipo Likert con 25 reactivos y un patrón de respuesta que iba de total acuerdo a total desacuerdo. A los datos se le aplicó un análisis factorial, mediante análisis de componentes principales. El instrumento mostró un índice de consistencia interna equivalente a un  $\alpha$  de 0.89 con una probabilidad de 0.01. Se concluyó que la actitud emprendedora está compuesta por cinco dimensiones que son: 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.

El estudio realizado por Tarapuez (2016) sostiene que el objetivo de este trabajo es analizar la relación entre el contexto cultural del departamento del Quindío (Colombia) y la intención empresarial de sus estudiantes universitarios. Los métodos utilizados son los siguientes: análisis de correspondencias múltiples y regresión logística, que fueron aplicados a los datos obtenidos de una muestra de 297 estudiantes de último semestre de las diferentes carreras profesionales presenciales de la región. En cuanto a las cinco dimensiones de Geert Hofstede, los resultados muestran que existen tres similitudes y dos diferencias entre la cultura

de Colombia y la del Quindío. Por otra parte, los jóvenes de las universidades privadas están más asociados con una baja intención emprendedora y con el hecho de tener o haber tenido una empresa, en tanto que los de la universidad pública están más relacionados con una seria intención empresarial. Se concluye que el tipo de universidad y la visión de largo plazo que los universitarios perciben en los empresarios regionales son los dos factores que más influyen sobre su intención para crear empresa. El principal aporte de este trabajo se orienta hacia el hecho de que, a pesar de las similitudes culturales que pueden presentarse entre un país y sus regiones, cada territorio genera una dinámica propia cuyas dimensiones culturales influyen en la intención emprendedora a nivel local.

El estudio realizado por Arias *et al.* (2016) sostiene que La intención emprendedora en general y la intención emprendedora en estudiantes universitarios son dos áreas que desde su primera aparición en la literatura han venido creciendo y presentando nuevos conocimientos. Los resultados obtenidos del análisis bibliométrico muestran que la producción disponible en la base de datos indagada es amplia. (...), ambos campos se encuentran en la etapa de crecimiento exponencial sin aún existir indicios de saturación en el área del conocimiento. En ambos campos se da poca correlación entre productividad e impacto de los investigadores ya que los autores con más publicaciones no son aquellos con más citas. La misma situación se presenta en las revistas del campo específico. Entre los resultados se observa que la Teoría de Comportamiento Planeado es el modelo más utilizado para el estudio de la temática y entre los factores más evaluados se encuentran: autoeficacia, actitud, motivación y normas subjetivas.

El estudio realizado por Soriano *et al.* (2016) en él se analiza el efecto que tiene un curso universitario de estudio de experiencias en emprendimiento sobre la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes que tomaron ese curso. La IE es considerada un requisito previo de la decisión de emprender un negocio y el incremento en los estudios sobre la IE refleja la importancia que se le asigna a este concepto. Los participantes pertenecen a una carrera de ciencias empresariales de una universidad chilena. La investigación sigue una metodología disponible en la literatura y que postula que las variables demográficas, la capacidad percibida y la educación para emprender ayudan a explicar la intención de emprender. Los resultados del estudio

muestran que, de un modo global, la IE fue afectada negativamente por el curso. Sin embargo, se obtuvo que los estudiantes que experimentaron el mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes poseían dos características: consideraban tener los conocimientos, habilidades y experiencia para poner en marcha un nuevo negocio y pertenecían a familias de menores ingresos de renta familiar.

El estudio realizado por Tarapuez (2016), el objetivo de dicha investigación fue determinar los principales factores que influyen en la intención de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia), tomando como base la Teoría del Comportamiento Planeado propuesta por Ajzen (1991); el estudio es deductivo, de carácter cuantitativo y con alcance correlacional. Para la obtención de la información se validó un cuestionario que fue administrado a una muestra de 297 estudiantes universitarios de último semestre de diferentes carreras profesionales de las siete universidades de la región. Los datos fueron procesados mediante Análisis de Regresión Logística, Método de Ordenamiento de la Relevancia de Criterios y Análisis Factorial Confirmatorio, por medio de los programas estadísticos Statgraphics Centurión versión 16.1.15, R versión 15.0 y Spad versión 5.6. Se concluye que la intención empresarial de los estudiantes universitarios del Quindío está determinada por un conjunto heterogéneo de factores intrínsecos y extrínsecos, a saber: el tipo de universidad, tener un amigo empresario, la norma social ligada a que es mejor ser empresario que empleado, la imagen positiva del empresario y algunos obstáculos relacionados con la falta de capital, escaso apoyo institucional, demasiadas obligaciones académicas en la universidad, poca claridad sobre qué empresa crear y la falta de socios.

El estudio realizado por Ayala *et al.* (2016) tiene como objetivo identificar, a través de un estudio comparativo, las intenciones emprendedoras de los Estudiantes de primer y último año de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, Iquique-Chile. La hipótesis planteada, busca evidenciar, sí dentro del proceso formativo se logran establecer diferencias significativas en su intención de emprender. Para este estudio, se utilizaron los instrumentos de Intenciones Empresariales, desarrollado por Liñán en el año 2005 y el Cuestionario de

Intenciones y Valores Empresariales, elaborado por Rueda, Moriano y Liñán, en el año 2015. En el análisis de los resultados obtenidos, no se evidencian diferencias significativas asociados a la aplicación de pruebas estadísticas, en la intención de emprender, sin embargo, se proporcionan interesantes elementos para el análisis de detalles que favorecerán las intervenciones de los programas académicos para desarrollar capacidades emprendedoras en los estudiantes.

El estudio realizado por García *et al.* (2015) afirma que muchos estudios han intentado identificar los factores que explican la decisión emprendedora atendiendo a criterios racionales –desde la Teoría económica y la visión basada en los recursos– que ignoran el componente no racional inherente. El presente trabajo acude a la inteligencia emocional (IE) para explicar por qué algunos individuos son emprendedores mientras que otros no lo son, y encuentra que la investigación en este campo es escasa, fragmentada y, en algunos casos, contradictoria. Para avanzar en esta línea de investigación deben desarrollarse investigaciones empíricas sustentadas en diseños longitudinales y basadas en técnicas de medición de la IE trianguladas y, por tanto, más objetivas y fiables. Sobre la base del análisis realizado de los marcos teóricos y trabajos empíricos presentados en estas publicaciones podemos sugerir tanto la influencia directa y positiva de la IE sobre la actitud, intención y comportamiento emprendedor del individuo como la influencia indirecta de la misma a través de diversos factores facilitadores del emprendimiento (ejemplo creatividad y proactividad del emprendedor, su propensión a la innovación o su preferencia a la asunción de riesgos), a través de los rasgos de la personalidad del emprendedor y a través de la confianza que el emprendedor sea capaz de generar en otros.

El estudio realizado por Durán & Arias (2015) tuvo como objetivo analizar la existencia o ausencia de relación entre la intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora y estilo emocional) y variables socio-personales (sexo, experiencia laboral, trabajar actualmente, poseer una empresa familiar, vivir con padres o no) en estudiantes universitarios. (...) A través de una regresión logística se encontró que una alta autoeficacia para el liderazgo de recursos claves y un bajo estilo emocional de rumiación, contribuyen con la intención de emprender. Se discuten estos resultados

en el contexto latinoamericano y se recomienda el énfasis que debe hacerse en la formación de futuros profesionales universitarios orientados a emprender, dando mayor relevancia a aspectos psicológicos del individuo en vez de la visión estrictamente económica y gerencial presente en los planes de formación para emprendedores de la actualidad. Por último, la principal contribución del estudio estuvo en la combinación de factores cognitivos y socio-personales en una misma muestra, la utilización de dimensiones más claras de las variables autoeficacia y actitud emprendedora, la promoción de instrumentos validados en la población de estudio y el uso de una técnica estadística potente y multicausal, como lo es la regresión logística.

El estudio realizado por Ubierna (2015) sostiene que el hecho de contar con dos colectivos diferentes, nos ha permitido obtener datos comparativos de interés, pues se han encontrado diferencias significativas entre ambos tipos de alumnos. La intención emprendedora es mayor en los estudiantes universitarios de Grado que en los de Máster, llegando al 50,53% en los primeros y al 33,33% en los segundos. Este porcentaje es superior al de la población en general, que se sitúa muy por debajo, en un 12%. (...) Destaca como importante conclusión de nuestro estudio la elevada intención emprendedora frente a otros colectivos de estudiantes. Sin embargo, se observa que la intención decae con el progreso académico de los alumnos, según se acerca el momento de tomar una decisión sobre la trayectoria profesional a desarrollar, (...) No obstante, ambos colectivos de alumnos muestran una elevada valoración a la medida en que les motivaría emprender un negocio nuevo, siendo positiva para el 68,42% en Grado y el 60% en Máster. Los motivos que llevan a los alumnos de Turismo a querer emprender son similares en Grado y Máster, destacando el poder desarrollar sus propias ideas y tener un mejor desarrollo personal. (...) Analizando la influencia e impacto de actividades curriculares y extracurriculares, se observa la importancia que adquieren el profesor y los contenidos de las diferentes asignaturas en la potenciación de la iniciativa emprendedora. Este dato resulta de gran interés en la medida en que las instituciones educativas pueden ejercer su acción para favorecer e incentivar este espíritu empresarial.



El estudio realizado por Cabana, *et al.* (2013) en el cual se identificaron cuatro factores que determinan la capacidad emprendedora potencial de un alumno perteneciente a centros de educación superior (atributos del emprendedor, capacidades interpersonales, capacidades frente al riesgo y actitud del emprendedor). Al jerarquizar empleando el método AHP, se concluyó los vectores de prioridad dando una mayor importancia para actitud y atributos del emprendedor, que en conjunto representan el 76%. El índice de capacidad emprendedora potencial fue de un 74% y el porcentaje de alumnos con capacidad emprendedora efectiva fue de un 16%. Esta brecha de desarrollo de capacidad emprendedora, representa un desafío estratégico para cada uno de los centros de educación superior, para contribuir a su valor y complementariamente al desarrollo local, regional y nacional. Se propone un modelo de análisis de las capacidades emprendedoras, que permitiría logros significativos en la formación de capacidades emprendedoras efectivas.

El estudio realizado por Duarte (2013) Se busca conocer los factores que determinan la actitud emprendedora investigativa en los científicos del país, en función de las percepciones que tienen los propios actores sobre el medio y su comunidad. Se recogió y clasificó información sobre el desempeño y características de los investigadores que estuvieran desarrollando labores científicas en las diversas áreas de las ciencias. Luego se les aplicó un cuestionario a esos mismo investigadores. Los resultados del trabajo muestran que hay cierto acuerdo entre los actores respecto a que el acceso a recursos estatales, privados, internacionales, universitarios y centros de estudios e investigación determinan la producción o influyen en el obrar científico del país. También se percibe que aún la comunidad científica nacional no tiene la capacidad ni la experiencia para gestionar sus propios recursos de investigación y de difusión. Como responsabilidad última, se postula que hay un bajo apoyo económico de parte de las universidades y agencias estatales. De todas maneras, la formación científica sigue siendo un elemento clave para el desarrollo investigativo del país.

El estudio realizado por Fernández *et al.* (2011), sostiene que su trabajo tiene por objetivo el estudio de la actitud emprendedora de los alumnos universitarios, (...). Además de analizar la actitud e intención emprendedora de dichos alumnos también



se estudia la percepción que tienen de sus habilidades, formación y capacidad para la creación de una empresa, su experiencia, la percepción de la figura del emprendedor, así como sus posibles contactos con el mundo empresarial, siendo estos algunos de los elementos que según la literatura existente influyen en el espíritu emprendedor. (...) a continuación se detallan algunas de las primeras conclusiones obtenidas del presente estudio. Variables como el género, la edad, o los estudios y ocupación de los progenitores no influyen en la decisión de creación de una empresa por parte de los estudiantes. Los alumnos que tienen el firme propósito de crear su propia empresa le dan una valoración mayor a la satisfacción personal que les supondría ser empresarios, al hecho de tener la oportunidad y los recursos necesarios para llevar a cabo sus ideas de negocio así como a la aprobación de su actitud por parte de sus amigos. En cambio, los universitarios que no han pensado en crear su propio negocio le dan una valoración más elevada a la aprobación de su decisión por parte de amigos, familia y compañeros. En lo que a formación y experiencia respecta se han encontrado relaciones significativas entre el hecho de pensar seriamente en crear una empresa y el curso en que se encuentra el alumno, la experiencia profesional y su relación con el autoempleo.

El estudio realizado por Krauss (2011) afirma en base a los resultados de la investigación se concluye que la única forma en que se puede desarrollar el emprendimiento es aprender haciendo y aprender emprendiendo. Para formar emprendedores hay que incrementar las actitudes emprendedoras, desarrollar la inteligencia emocional, y educar por competencias. Los resultados obtenidos muestran que se debe realizar mayor énfasis en emprendimiento para los estudiantes de la licenciatura en Dirección de Empresas compuesta por asignaturas obligatorias como: Desarrollo de Habilidades Emprendedoras, Empresas Familiares, Creatividad e Innovación, Emprendimiento y asignaturas opcionales como: Finanzas Internacionales, Marketing Internacional, Negocios internacionales. Las características de estas asignaturas es su carácter internacional, ya que para los estudiantes del Uruguay, es fundamental su visión hacia el mundo exterior ya que el mercado interno es muy pequeño. Otra manera de fomentar el emprendimiento entre los estudiantes es por medio de un concurso de ideas y planes de negocios. El mismo ya ha venido desarrollándose y permite que estudiantes de grado y postgrado así como de diferentes carreras se integren y creen un proyecto en forma conjunta.

EL estudio realizado por Ibañez, *et al.* (2011) sostiene que el objetivo de este estudio es identificar las diferencias de género entre los estudiantes universitarios. (...) En relación con los problemas demográficos, nuestros resultados muestran que los hombres (89.3%) están más interesados en comenzar su propia empresa que las mujeres (80.4%). También encontramos diferencias significativas en los medios para cuatro de los factores de la escala empresarial entre hombres y mujeres: los hombres eran más innovadores, con mayor autoestima y mayor tolerancia al riesgo que las mujeres, mientras que las mujeres tenían una mayor motivación de logro. Nos gustaría señalar que los programas de emprendimiento deberían trabajar más duro para cada participante, teniendo en cuenta sus propias diferencias personales (aunque en este estudio hemos encontrado diferencias de género, podría haber otras). Por ejemplo, según este estudio, para las mujeres deberíamos ayudarlas a enfrentar sus miedos asumiendo riesgos y aumentando su propia percepción de autoeficacia. Para ello, sugerimos un taller sobre orientación personal liderado por un coach porque creemos que esta es una herramienta muy necesaria para que los estudiantes conozcan sus fortalezas y debilidades y reflexionen sobre sus propios objetivos construyendo su plan de vida y tomando el desafío empresarial.

El estudio realizado por Espíritu & Sastre (2007) sostiene que las empresas surgen siempre acompañadas de la figura de una o más personas que mediante su esfuerzo, empuje y creatividad constituyen un valor importante en el proceso de creación de riqueza. (...) el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban. Los resultados obtenidos son concluyentes en tanto que la actitud emprendedora declina en los estudiantes desde los primeros años de sus estudios hasta que llega el momento de su incorporación al mercado laboral. Todo parece indicar que los conocimientos aportados incrementan sus competencias de gestión pero les orientan hacia salidas laborales más conservadoras, como son el trabajo por cuenta ajena, y no les motivan hacia el autoempleo. (...) Sin embargo, la formación específica en creación de empresas debe ser positivamente valorada ya que los estudiantes que han recibido este tipo de formación manifiestan una actitud más favorable hacia el autoempleo. (...) Por otro lado, los estudiantes con familiares directos empresarios han presentado actitudes más positivas hacia la actividad empresarial, y ciertos rasgos psicológicos

como la necesidad del logro, la tolerancia a la ambigüedad y la propensión al riesgo, medidos a través de un test de personalidad, cuyos ítems se han operativizado a través de un análisis factorial, se han presentado como determinantes de la actitud emprendedora.

El estudio realizado por Tarapuez & Botero (2007) sostiene que los economistas clásicos, en general, abordan el estudio del empresario o emprendedor en forma tímida, y aunque centran su análisis en la figura del capitalista, sientan las bases para desarrollos posteriores. Varios economistas neoclásicos contribuyen a esta teoría, pero la figura del emprendedor o empresario como un profesional nace fundamentalmente de las apreciaciones realizadas por Menger. El presente trabajo sintetiza los principales aportes a la teoría del emprendedor por parte de algunos de los economistas neoclásicos más representativos, entre ellos, Thünen, Mangoldt, John Bates Clark, Marshall, Knight y Schumpeter. Cada uno de los autores citados analiza, a su manera, el papel del emprendedor y define su función dentro del proceso productivo para poder explicar la obtención de una clase de renta distinta a la generada por los factores de producción tradicionalmente aceptados, con lo cual se muestra en el artículo que la teoría neoclásica sí contribuyó al estudio del entrepreneurship.

El estudio realizado por Liseras *et al.* (2003) En el que estudia la vocación emprendedora en alumnos universitarios que cursan el último año de carreras de economía, administración e ingeniería en la Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se trabaja sobre la base de una muestra de 799 alumnos encuestados en 9 universidades y 14 facultades dentro del área de cobertura de la investigación durante el segundo cuatrimestre del año 2002. Para el análisis se utilizan técnicas estadísticas apropiadas para el tratamiento de datos categóricos. Los resultados muestran que un 35% de los alumnos universitarios avanzados poseen vocación emprendedora, encontrándose que dicha proporción es mayor en las universidades privadas que en las públicas, pero no difiere entre las distintas carreras. A su vez, la presencia de vocación emprendedora entre los estudiantes aparece asociada a la posesión de un número elevado de características personales actitudinales mencionadas en la literatura específica como propias de los emprendedores (autoconfianza, creatividad, capacidad de negociación, propensión

al riesgo y orientación a la acción); a los elementos de su entorno cercano (modelos de rol paternos y de familiares o amigos); y a factores relacionados con su formación (la realización de cursos específicos, las expectativas de obtener mayores ingresos como autoempleados a partir de la formación universitaria, la valoración positiva de las herramientas brindadas por la carrera y la orientación de la misma hacia la creación de empresas).

### 1.2.2 Nacionales

El estudio realizado por Chávez & Suárez (2017) señala que Los estudiantes del sexto y octavo ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Peruana Unión con su sede y sus dos filiales, tienen un nivel promedio de 70.2% en inteligencia emocional y 68.8% en intención emprendedora. En cuanto a los resultados por sede y sus filiales, en Lima hay un 78.2% en inteligencia emocional y un 76.8% en intención emprendedora. En Juliaca se encontró un 73.2% en inteligencia emocional y 64.7% en intención emprendedora; mientras que para Tarapoto, los resultados son un poco bajo: 55.9% en inteligencia emocional y 63.6% de intención emprendedora. Asimismo, para las dimensiones de intención emprendedora, los resultados por la sede y sus dos filiales son: Normas sociales tiene un nivel en proceso de 101 desarrollo de 59.5% que significan que aceptan las normas propuestas en el instrumento, para características de los empresarios peruanos hay un nivel en proceso de desarrollo de 65.8% que muestran la percepción de las características propuestas. Del mismo modo para la dimensión actitud, sus resultados fueron de un 66.9% donde los estudiantes muestran sus aptitudes emprendedoras en desarrollo. Finalmente en la dimensión oportunidad, con un 57.4%, los estudiantes desarrollan sus capacidades de aprovechar las oportunidades y los recursos de su entorno. Por lo tanto se concluye que los niveles de intención emprendedora e inteligencia emocional de los estudiantes del ciclo sexto y octavo de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Peruana Unión y sus tres filiales, presentan una correlación positiva y significativa. Demostrando que a mayor nivel de inteligencia emocional, los estudiantes unionistas tienen mayor intención de emprender.

El estudio realizado por Loli *et al.* (2011) tiene por objetivo conocer las actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio de los

estudiantes de la Universidad Nacional Agraria - Molina, Lima - Perú, en una muestra de 262 sujetos que estudian diversas especialidades, encontrándose todos ellos entre el primer y décimo ciclo de estudios. Los resultados nos indican que la mayoría de estudiantes tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento. De allí que se encuentre una asociación igualmente significativa con la intención de desarrollar un negocio. Igualmente, un análisis separado de los componentes del emprendimiento con la intención de desarrollar un negocio arrojó una correlación significativa y positiva, aunque no así con optimismo, capacidad de adaptación y visión del futuro. Respecto de las variables demográficas y sociales y su relación con el emprendimiento (bajo, normal y alto), existe diferencia significativa con la experiencia laboral y ciclos de estudio en los que se encuentran; es decir, la intervención de dichas variables permiten inferir diferencias de percepción en los niveles de creatividad y el emprendimiento; en cambio, no existe asociación significativa con las variables como la edad, el género y el estado civil.

## CAPÍTULO II

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 2.1 Definición del problema

Los emprendedores constituyen un factor fundamental para el desarrollo económico y social de los países, (...), el estudio de las intenciones emprendedoras es un campo del que aún falta mucho por investigar, es por lo que resulta de especial interés introducirse en el estudio de las intenciones emprendedoras desde el ámbito académico (Fernández, *et al.*, 2011). En los actuales momentos el desarrollo económico de países y regiones se relaciona entre otras cosas con el emprendimiento. Es conocido que algunas personas cuentan con habilidades innatas que les ayudan a enfrentar retos empresariales y asumir actividades de emprendimiento, también es cierto que estas habilidades pueden ser fortalecidas al introducir, en los planes de estudio de todos los niveles de enseñanza, temáticas relacionadas con aquellas que predicen o moderan la intención emprendedora, por lo tanto es necesario estudiarlas y analizarlas (Durán & Arias, 2015).

En un contexto económico como el actual con elevadas tasas de desempleo, la generación de nuevos puestos de trabajo se vuelve aún más relevante y con ella la actividad emprendedora. La sustancial reducción del nivel de empleo ha afectado, a su vez, la demanda de trabajo calificado con la consiguiente disminución de los salarios y el desplazamiento de las expectativas hacia trabajos de menor calificación y/o de menores ingresos. Esta situación conlleva la necesidad de replantear las opciones de carrera de los graduados, ya que existe una alta probabilidad de que al egresar consigan trabajo en relación de dependencia en actividades para las que se encuentran sobre calificados o que no se vinculan con su formación profesional (Liseras, *et al.*, 2003).

Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, las empresas y el contexto macro (...). El emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños (...). la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios, por mencionar solamente algunos temas (Vesga, 2009).

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los jóvenes que egresan de las Universidades, es la carencia de oportunidades para emplearse, provocando una serie de problemáticas tanto sociales, económicas y de otra índole. Como se mencionó anteriormente en la actualidad encontrar un empleo se vuelve cada vez más complejo y sobre todo ante un mercado laboral que no se encuentra en las mejores condiciones de desarrollo; entonces, inculcar en los alumnos una visión que tienda al desarrollo de negocios propios, puede ayudar no sólo a la reactivación económica sino a la creación de fuentes de trabajo (Hernández & Arano, 2015).

Una de las causas principales es que se acepta que el emprendimiento favorece la creación de fuentes de trabajo, lo que se da origen a una mayor cantidad de oportunidad laboral para la fuerza de trabajo y con ello un mejor nivel de bienestar económico en la población (...), el sistema de valores del individuo, cultura, su entorno social, familiar y educativo puede conformar el deseo de crear o no una empresa propia (Soria, *et al.*, 2016).

El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas pues en ella convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden resultar como predictores eficaces de iniciativas de emprendimiento o de la intención emprendedora en los individuos (Durán & Arias, 2015). Por otro lado según los autores Triandis (1974), Robinson *et al.* (1991), Alcántara (1988), Ibañez (2002) afirman que las actitudes son modificables. Así mismo Robinson *et al.* (1991) indica que las actitudes están abiertas al cambio, la actitud emprendedora puede ser influida por educadores y profesionales.



Las universidades nacionales de la Región Apurímac de las escuelas de Administración están más centradas en la formación profesional, el problema radica a la carencia de las oportunidades para emplearse cuando egresan de las universidades; asimismo se emplean en puestos de trabajo distintos a su formación profesional, por lo que es necesario plantear alternativas cuando egresan; y está relacionada con el emprendimiento, algunos estudiantes cuentan con habilidades innatas que les ayudan a enfrentar retos empresariales y asumir actividades de emprendimiento, por tanto para lograr alumnos más emprendedores, es necesario activar el potencial de los estudiantes en las universidades, el emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos, estas debilidades en emprendimientos sobre proyectos empresariales o la creación de las mismas a lo largo de su formación, por lo que esta problemática se relaciona con la actitud emprendedora, de los estudiantes, e identificar el nivel emprendimiento que posee, asimismo determinar los factores que modifican la actitud emprendedora. Por lo tanto la actitud emprendedora es una actividad humana compleja, modificable e influida por factores diferentes, esta complejidad permite realizar estudios sobre el tema, es así que el problema radica en identificar los predictores de la actitud emprendedora en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac, es así que después de una revisión teórica se identifica que el referente empresarial conformado por el entorno familiar y agentes externos, así como el ambiente universitario donde desarrolla sus actividades académicas y finalmente la expectativa de trabajo; es decir las posibilidades y la percepción relacionado a las labores de ocupación futura están asociados con la actitud emprendedora, por lo que con el presente estudio se busca explicar si estas las variables predicen la actitud emprendedora.

En definitiva teniendo en cuenta todo lo mencionado anteriormente, el presente estudio tiene como propósito ampliar la investigación sobre emprendimiento centrando la atención en determinar la relación de causalidad de los factores de modelos de referencia primaria y secundaria, expectativa de trabajo, y el ambiente universitario sobre la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de las universidades de la Región Apurímac (Micaela Bastidas en adelante UNAMBA sede Abancay y filial Tambobamba y José María Arguedas en adelante UNAJMA con sede en Andahuaylas).



## 2.2 Problema general

Razón por la cual se plantea la siguiente pregunta de investigación como problema general:

PG: ¿Cómo los factores, modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario influye en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018?

### 2.2.1 Problemas específicos

Como problemas específicos se plantea las siguientes preguntas de investigación:

- PE1: ¿Cómo influye el factor modelos de referencia primaria en la actitud emprendedora de los estudiantes?
- PE2 ¿Cómo influye el factor modelos de referencia secundaria en la actitud emprendedora de los estudiantes?
- PE3: ¿Cómo influye el factor expectativa de trabajo en la actitud emprendedora de los estudiantes?
- PE4: ¿Cómo influye el factor ambiente universitario en la actitud emprendedora de los estudiantes?

## 2.3 Justificación

La educación para emprender ha tomado especial relevancia en los años recientes. Una de las causas principales es que se acepta que el emprendimiento favorece la creación de fuentes de trabajo, lo que se da origen a una mayor cantidad de oportunidad laboral para la fuerza de trabajo y con ello un mejor nivel de bienestar económico en la población. Un elemento previo al comportamiento emprendedor, surgimiento de empresas, es la existencia de una intención emprendedora. La intención emprendedora se podría definir como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro (Soria *et al.*, 2016).

Una de las ventajas de contar con una mentalidad emprendedora, es tener la facilidad de manejar una empresa independiente o un producto conforme a lo que se crea necesario, siendo así mismo el “propio jefe”, aun corriendo el riesgo de tomar decisiones

equivocadas y así llevar al borde de la quiebra el negocio (...), se necesita también una mentalidad más emprendedora, es decir, fomentar activamente los valores empresariales y atajar el temor a asumir riesgos del mayor número posible de emprendedoras y emprendedores potenciales. (Hernández & Arano, 2015).

Este hecho particular, reclama caminos alternativos para apoyar el resurgimiento económico, siendo un aliado de esta expectativa el emprendimiento y la juventud emprendedora un potencial músculo que sincera aportes al crecimiento de una nación, mediante la capitalización de recursos humanos que den garantía de permanencia en el tiempo (...), Conviene resaltar que en los países más competitivos el emprendimiento no se hace esperar y se valora como estrategia de desarrollo; pero en Latinoamérica aún no se le imprime tal fuerza. Hay una tímida inversión al respecto, existiendo una marcada crítica por la ausencia de innovación en aquello que se emprende. (Fontaines, *et al.*, 2016).

La investigación se realiza con el propósito de contribuir conocimiento al campo del emprendimiento, y para determinar los factores que modifican la actitud emprendedora en los estudiantes de las escuelas de Administración de la Región Apurímac (UNAMBA y UNAJMA).

## 2.4 OBJETIVOS

### 2.4.1 Objetivo general

OG: Determinar los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018.

### 2.4.2 Objetivos específicos

- OE1: Determinar la influencia del factor modelos de referencia primaria en la actitud emprendedora de los estudiantes.
- OE2: Determinar la influencia del factor modelos de referencia secundaria en la actitud emprendedora de los estudiantes.
- OE3: Determinar la influencia del factor expectativa de trabajo en la actitud emprendedora de los estudiantes.

- OE4: Determinar la influencia del factor ambiente universitario en la actitud emprendedora de los estudiantes.

## 2.5 Hipótesis

### 2.5.1 Hipótesis general

HG: Los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018.

### 2.5.2 Hipótesis específicos

- HE1: El factor modelos de referencia primaria influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.
- HE2: El factor modelos de referencia secundaria influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.
- HE3 El factor expectativa de trabajo influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.
- HE4: El factor ambiente universitario influye de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

2.6 Operacionalización de variables

Tabla 1  
Operacionalización de variables

	FACTORES	VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	
VARIABLE INDEPENDIENTE (X)	Modelos de referencia primaria	Padres Otros miembros de la familia	"1"=Sin importancia, "2"=De poca importancia, "3"=Moderadamente importante, "4"=Importante, "5"=Muy importante	
	Modelos de referencia secundaria	Amigo Compañero Profesor		
	Expectativa de trabajo	Privado		
		Empresario Público		
		Sin fines de lucro		
Ambiente universitario	Programas de emprendimiento Asignaturas de emprendimiento Unidades de apoyo a la incubación Incentivos para emprendimiento Difusión de programas de emprendimiento	"1"=Totalmente en desacuerdo, "2"=En desacuerdo, "3"=Indiferente, "4"=De acuerdo, "5"=Totalmente de acuerdo		
VARIABLE DEPENDIENTE (Y)	Actitud emprendedora	Logro		
		Innovación		
		Control		
		Autoestima		
		Riesgo		

Fuente: datos del estudio

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 Lugar de estudio

Apurímac está ubicado en el sur este de los Andes centrales del Perú, su territorio es uno de los más accidentados del país, cubre una superficie de 20 896 km<sup>2</sup> que representa el 1,6 por ciento del territorio nacional, está formado por 7 provincias y 84 distritos, las ciudades principales son Abancay (capital) y Andahuaylas, las que conforman el eje de desarrollo económico del departamento.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la población departamental para el año 2017 asciende a 405 759 habitantes (representa el 1,4 por ciento del total nacional), el 50,5 por ciento son mujeres y el 49,5 por ciento son varones, las provincias con mayor población son: Andahuaylas (35,1 por ciento), Abancay (27,2 por ciento), Cotabambas (12,5 por ciento) y Chincheros (11,2 por ciento). El clima es variado de acuerdo a la altitud. Es cálido y húmedo en los cañones profundos, templado y seco en las altitudes intermedias; frío y sequedad atmosférica en la alta montaña; gélida en las cumbres nevadas, mayormente templado, con una temperatura promedio de 16 °C en los valles.

Según el BCR La estructura productiva departamental ha cambiado considerablemente a partir de 2016, debido a que el sector minero creció 1 307,7 por ciento en ese año por el inicio de la producción comercial de la minera Las Bambas. Tal es así que, en 2017, el sector minero llegó a representar el 67,4 por ciento, seguido por construcción con 6,7 por ciento, agropecuario con 5,5 por ciento, administración pública y defensa con 3,9 por ciento, y comercio con 3,1 por ciento, entre los principales. En cuanto a sus potencialidades, Apurímac es uno de los departamentos que cuenta con grandes reservas mineras, por albergar yacimientos de cobre, plata y oro. La población Económicamente

Activa (PEA), en 2017, fue de 263 246 personas, el 98,2 por ciento pertenece a la PEA ocupada y el 1,8 por ciento a la PEA desocupada, asimismo se registraron 17 053 empresas formales, de los cuales 17 031 son Mipyme. Entre los principales atractivos turísticos se tiene al Santuario Nacional de Ampay, Cañón del Río Apurímac, Conjunto Arqueológico de Saywite, Complejo Arqueológico de Sondor, Laguna de Pacucha, Bosque de Piedras.

La Región Apurímac cuenta con de dos universidad estatales, Universidad Nacional Micaela Bastidas (Sede Abancay y filial Tambobamba) y la Universidad Nacional José María Arguedas (Andahuaylas) y una universidad privada la Universidad Tecnológica de los Andes, asimismo dos filiales de la Universidad Alas Peruanas.

El estudio se efectuó en las universidades estatales; a los estudiantes de las escuelas de Administración y Administración de Empresas; sobre los factores que influyen en la actitud emprendedora, la importancia de la investigación radica a la carencia de las oportunidades para emplearse cuando egresan de las universidades; asimismo se emplean en puestos de trabajo distintos a su formación profesional, por lo que es necesario plantear alternativas cuando egresan; y está relacionada con el emprendimiento, algunos estudiantes cuentan con habilidades innatas que les ayudan a enfrentar retos empresariales y asumir actividades de emprendimiento, por tanto para lograr alumnos emprendedores, es necesario activar el potencial de los estudiantes en las universidades, el emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos.

### **3.2 Población**

La población de estudiantes de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac en el semestre académico 2018-II está conformado por 1076 estudiantes el 48% corresponde a estudiantes de Administración de la Sede Abancay y el 17% a la Sede Tambobamba de la Universidad Nacional Micaela Bastidas y un 35% corresponde a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas tal como se muestra en la tabla 2. Los criterios de inclusión para el estudio presenta la siguiente característica: es ara estudiantes de administración y Administración de Empresas matriculados al semestre 2018-II del

primer al décimo semestre. Y el criterio a exclusión de la investigación para estudiantes matriculados de otras escuelas profesionales.

Tabla 2

*Población de estudiantes matriculados al 2018-II*

Escuelas de administración por universidad	Fr	%
Administración UNAMBA - ABANCAY	516	48.0
Administración UNAMBA - COTABAMBAS	183	17.0
Administración de Empresas UNAJMA	377	35.0
<b>Total</b>	<b>1076</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Oficina de Registros Académicos de la UNAMBA y la UNAJMA a partir de los reportes obtenidos de EXCEL

**3.3 Muestra**

La muestra de la investigación es de tipo probabilístico y estratificada, el cálculo del tamaño de la muestra se obtuvo mediante el aplicativo Excel tomado de <http://www.ugr.es/~ecordon/master/docus/calculotama%C3%B1omuestra.xls>, obteniéndose una muestra de 283, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%; tal como se observa en la tabla 2.

Tabla 3

*Características de la determinación de la muestra*

Descripción	
Tamaño de la población	1076
Margen de error	5%
Nivel de confianza	95%
Tamaño de la muestra	283

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de EXCEL

La muestra probabilística estratificada obtenida es de 283 estudiantes de los cuales 136 corresponden a la Sede Abancay y 48 a la Sede Tambobamba de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas y 99 corresponden a los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas.

Tabla 4

*Muestra probabilística estratificada*

Identificación del estrato	Sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
Administración UNAMBA - ABANCAY	516	48.0	136
Administración UNAMBA - COTABAMBAS	183	17.0	48
Administración de Empresas UNAJMA	377	35.0	99
Total	1076	100.0	<b>283</b>

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de EXCEL

### 3.4 Métodos

Según los objetivos planteados en la investigación el estudio se enmarca como explicativo, no experimental y transversal. Según Hernandez, *et al.* (2014); los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables. Así mismo el diseño de investigación es no experimental que consiste en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (Hernandez *et al.*, 2014). Y según el número de mediciones es transeccional o transversal; su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede; es decir se recopilan datos en un momento único (Hernandez *et al.*, 2014).

#### 3.4.1 Descripción detallada de métodos por objetivos específicos

En la tabla 5 se describe los métodos por objetivos específicos del estudio, asimismo se especifica la aplicación de la prueba estadística inferencial para contrastar las hipótesis planteadas en la investigación.



Tabla 5

*Método por objetivos específicos*

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DESCRIPCIÓN DE VARIABLES		DESCRIPCIÓN DE MATERIALES	APLICACIÓN DE PRUEBA ESTADÍSTICA
	VI	VD		
OE1: Determinar la influencia del factor modelos de referencia primaria en la actitud emprendedora de los estudiantes.	Modelos de referencia primaria	Actitud emprendedora	Laptop, Test de factores que influyen en la actitud emprendedora, google form, aplicativos: Word, Excel, IBM SPSS y SMARTPLS	Método de modelado de rutas de mínimos cuadrados parciales
OE2: Determinar la influencia del factor modelos de referencia secundaria en la actitud emprendedora de los estudiantes.	Modelos de referencia secundaria	Actitud emprendedora	Laptop, Test de factores que influyen en la actitud emprendedora, google form, aplicativos: Word, Excel, IBM SPSS y SMARTPLS	Método de modelado de rutas de mínimos cuadrados parciales
OE3: Determinar la influencia del factor expectativa de trabajo en la actitud emprendedora de los estudiantes.	Expectativa de trabajo	Actitud emprendedora	Laptop, Test de factores que influyen en la actitud emprendedora, google form, aplicativos: Word, Excel, IBM SPSS y SMARTPLS	Método de modelado de rutas de mínimos cuadrados parciales
OE4: Determinar la influencia del factor ambiente universitario en la actitud emprendedora de los estudiantes.	Ambiente universitario	Actitud emprendedora	Laptop, Test de factores que influyen en la actitud emprendedora, google form, aplicativos: Word, Excel, IBM SPSS y SMARTPLS	Método de modelado de rutas de mínimos cuadrados parciales

Fuente: datos del estudio

### 3.5 Confiabilidad y validez del instrumento

Realizado los test de confiabilidad y validez, se verificó la calidad de los datos y la pertenencia de las variables para medir las variables latentes.

En la tabla 6 Tal como se puede apreciar, se obtuvieron 6 factores con índices de confiabilidad, cuya magnitud esta entre bueno y excelente (80% a 93%); y 2 factores con magnitud aceptable (74% y 75%), los valores de Alfa de Cronbach es igual o mayor a 80% en la mayoría de los factores. Asimismo, se obtuvieron indicadores de Varianza Explicada muy altos, superiores a 65%, lo que indica constructos muy firmes.

Las comunalidades de las variables que miden el constructo “Referente empresarial” resultaron muy altas, superiores a 0.70, lo que indica que todas las variables incluidas en el estudios fueron importante o relevantes para medir el factor a la que pertenecen. En los factores, también se verificó el aporte de todas las variables que permiten medir los

constructos, aunque se observan variables con menos relevancia para explicar los conceptos (“riesgo-comodidad” ( $com=0.514$ ), “control-actividades” ( $com=0.543$ ) y “logro-integridad” ( $com=0.589$ ) en el factor “Actitud emprendedora”, asimismo “privado” ( $com=0.559$ ), “empresario” ( $com=0.565$ ) y “público” ( $com=0.575$ ) en el factor “expectativa de trabajo”).

Tabla 6

Resultados de Confiabilidad y Validez Convergente

FACTORES	VARIABLES	CONFIABILIDAD Alfa ≥ 0.70	VALIDEZ CONVERGENTE			Variables eliminadas
			Índice de Ajuste KMO ≥ 0.50	% Varianza Explicada AVE ≥ 0.55	Comunalidades Com. ≥ 0.50	
Modelos de referencia primaria*	Padres	<b>74.20%</b>	<b>0.5</b>	<b>79.52%</b>	0.795	-
	Otros miembros de la familia				0.795	
Modelos de referencia secundaria*	Amigos	<b>83.40%</b>	<b>0.722</b>	<b>75.13%</b>	0.752	-
	Compañeros				0.776	
	Profesores				0.726	
Expectativa de trabajo	Privado	<b>75.10%</b>	<b>0.744</b>	<b>57.43%</b>	0.559	No tengo definido
	Empresario				0.565	
	Público				0.575	
	Sin fines de lucro				0.598	
Ambiente universitario	Programas de emprendimiento	<b>90.70%</b>	<b>0.858</b>	<b>72.88%</b>	0.645	Contacto con programas de emprendimiento
	Asignaturas de emprendimiento				0.727	
	Unidades de apoyo a la incubación				0.747	
	Incentivos para emprendimiento				0.748	
	Difusión de programas de emprendimiento				0.777	
AELogro	Logro-dedicación	<b>90.70%</b>	<b>0.872</b>	<b>72.89%</b>	0.679	-
	Logro-integridad				0.589	
	Logro-socios competentes				0.77	
	Logro-mejorar				0.822	
	Logro-satisfacción				0.783	
AEInnovación	Innovación-nuevas oportunidades	<b>92.50%</b>	<b>0.916</b>	<b>72.84%</b>	0.744	-
	Innovación-cuestionarse				0.654	
	Innovación-novedoso				0.668	
	Innovación-nuevas ideas				0.772	
	Innovación-socios dinámicos				0.834	
	Innovación-interés extraordinario				0.699	
AEControl	Control-exigente	<b>82.70%</b>	<b>0.784</b>	<b>65.97%</b>	0.66	-
	Control-perseverante				0.751	
	Control-eficaz				0.684	
	Control-actividades				0.543	
AEAutoestima	Autoestima-compromiso	<b>79.90%</b>	<b>0.68</b>	<b>71.49%</b>	0.776	Temor inferioridad <sup>e</sup>
	Autoestima-éxito				0.61	
	Autoestima-seguridad				0.758	
AERiesgo	Riesgo-emoción	<b>86.60%</b>	<b>0.866</b>	<b>65.40%</b>	0.616	Estabilidad, cambios, rutina, autoempleado y tolerancia
	Riesgo-desafío				0.647	
	Riesgo-aventuras				0.727	
	Riesgo-asumir				0.765	
	Riesgo-comodidad				0.514	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Nota(\*) modelos de referencia se dividió en dos factores (primaria y secundaria) al realizar el análisis factorial.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los siguientes resultados de estudio efectuados en los estudiantes de las escuelas de Administración de Empresas y Administración de las universidades nacionales de José María Arguedas con sede en Andahuaylas, Micaela Bastidas con sede en Abancay y su filial en Tambobamba. Para este propósito se aplicó una muestra de 283 universitarios.

#### **4.1 Resultados descriptivos de datos generales, variables independientes y dependiente**

##### **4.1.1 Análisis descriptivo de los datos generales**

##### **a) Característica de los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 7, permite apreciar el perfil de los estudiantes de Administración de las universidades nacionales de Micaela Bastidas sede Abancay, filial Tambobamba y José María Arguedas con sede en Andahuaylas de la Región Apurímac. En relación al género el 57.2% de los encuestados son mujeres y el 42.8% es hombre. Con respecto a la edad, los de mayor porcentaje son: de 20 a 22 años con un 44.2%, seguido de 17 a 19 años con un 36.0%, y el de menor porcentaje de 26 a 28 años con un 2.8%. El 48.1% y el 17.0% pertenece a la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay y filial Tambobamba respectivamente, el 35.0% a la Universidad Nacional José María Arguedas. El 65.0% son de la Escuela Académico Profesional de Administración y 35% a la Escuela Profesional de Administración de Empresas. El 13.1% son del IV semestre, el 10.6% de los semestres de II, III, V, VII y VIII semestre y el 3.5% al I semestre. El 59.7% solo estudia y el 40.3% estudia y trabaja. El 65.4% si tiene experiencia laboral previa y el 34.6% no tiene experiencia laboral previa. Por otro lado, sobre la experiencia en meses, los de

mayor porcentaje son: de 0 a 23 meses con un 84.5%, seguido de 24 a 47 meses con un 12.0% y el de menor porcentaje de 72 a 96 meses con un 0.7%. Finalmente el 53.0% proceden de la zona rural y el 47% de la zona urbana.

#### **b) Característica de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 8, permite apreciar el perfil de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas. En relación al género el 50.5% de los encuestados son mujeres y el 49.5% es hombre. Con respecto a la edad, los de mayor porcentaje son: de 20 a 22 años con un 43.4%, seguido de 17 a 19 años con un 37.4%, y el de menor porcentaje de 23 a 25 años con un 19.2%. El 16.2% son del VIII semestre, el 15.2% son del III semestre y el 3.0% de los semestres IV y VI. El 60.6% solo estudia y el 39.4% estudia y trabaja. El 69.9% si tiene experiencia laboral previa y el 39.4% no tiene experiencia laboral previa. Por otro lado, sobre la experiencia en meses, los de mayor porcentaje son: de 0 a 23 meses con un 85.9%, seguido de 24 a 47 meses con un 11.1% y el de menor porcentaje de 72 a 96 meses con un 1.0%. Finalmente el 54.5% proceden de la zona rural y el 45.5% de la zona urbana.

#### **c) Característica de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 9, permite apreciar el perfil de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay. En relación al género el 62.5% de los encuestados son mujeres y el 37.5% es hombre. Con respecto a la edad, los de mayor porcentaje son: de 20 a 22 años con un 47.1%, seguido de 17 a 19 años con un 33.8%, y el de menor porcentaje de 26 a 28 años con un 5.9%. El 17.6% son del VII semestre, el 16.9% son del IV semestre y el 5.9% del VIII semestre. El 57.4% solo estudia y el 42.6% estudia y trabaja. El 64.0% si tiene experiencia laboral previa y el 36.0% no tiene experiencia laboral previa. Por otro lado, sobre la experiencia en meses, los de mayor porcentaje son: de 0 a 23 meses con un 82.4%, seguido de 24 a 47 meses con un 14.0% y el de menor porcentaje de

72 a 96 meses con un 0.7%. Finalmente el 51.5% proceden de la zona rural y el 48.5% de la zona urbana.

Tabla 7

*Perfil de los estudiantes - universidades de la Región Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombre	121	42,8
	Mujer	162	57,2
	Total	283	100,0
Edad		Frecuencia	Porcentaje
	17 - 19	102	36,0
	20 - 22	125	44,2
	23 - 25	48	17,0
	26 - 28	8	2,8
	Total	283	100,0
Universidad		Frecuencia	Porcentaje
	UNAMBA-Abancay	136	48,1
	UNAMBA-Tambobamba	48	17,0
	UNAJMA-Andahuaylas	99	35,0
Total	283	100,0	
Escuela Profesional		Frecuencia	Porcentaje
	Administración	184	65,0
	Administración de Empresas	99	35,0
Total	283	100,0	
Semestre		Frecuencia	Porcentaje
	I	10	3,5
	X	28	9,9
	II	30	10,6
	III	30	10,6
	IV	37	13,1
	V	30	10,6
	VI	29	10,2
	VII	30	10,6
	VIII	30	10,6
	IX	29	10,2
Total	283	100,0	
Situación actual		Frecuencia	Porcentaje
	Estudia y trabaja	114	40,3
	Solo estudia	169	59,7
Total	283	100,0	
Experiencia laboral previa		Frecuencia	Porcentaje
	No	98	34,6
	Si	185	65,4
Total	283	100,0	
Experiencia en meses		Frecuencia	Porcentaje
	0 - 23	239	84,5
	24 - 47	34	12,0
	48 - 71	8	2,8
	72 - 96	2	0,7
Total	283	100,0	
Ámbito de desarrollo		Frecuencia	Porcentaje
	Rural	150	53,0
	Urbano	133	47,0
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 8

*Perfil de los estudiantes – UNAJMA*

UNAJMA ANDAHUAYLAS		Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombre	49	49,5
	Mujer	50	50,5
	Total	99	100,0
Edad		Frecuencia	Porcentaje
	17 - 19	37	37,4
	20 - 22	43	43,4
	23 - 25	19	19,2
	Total	99	100,0
Semestre		Frecuencia	Porcentaje
	I	7	7,1
	X	12	12,1
	II	14	14,1
	III	15	15,2
	IV	3	3,0
	V	11	11,1
	VI	3	3,0
	VII	4	4,0
	VIII	16	16,2
Situación actual		Frecuencia	Porcentaje
	Estudia y trabaja	39	39,4
	Solo estudia	60	60,6
Total	99	100,0	
Experiencia laboral previa		Frecuencia	Porcentaje
	No	30	30,3
	Si	69	69,7
Total	99	100,0	
Experiencia en meses		Frecuencia	Porcentaje
	0 - 23	85	85,9
	24 - 47	11	11,1
	48 - 71	2	2,0
	72 - 96	1	1,0
Total	99	100,0	
Ámbito de desarrollo		Frecuencia	Porcentaje
	Rural	54	54,5
	Urbano	45	45,5
Total	99	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 9

*Perfil de los estudiantes – UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA SEDE ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombre	51	37,5
	Mujer	85	62,5
	Total	136	100,0
Edad		Frecuencia	Porcentaje
	17 - 19	46	33,8
	20 - 22	64	47,1
	23 - 25	18	13,2
	26 -28	8	5,9
	Total	136	100,0
Semestre		Frecuencia	Porcentaje
	X	13	9,6
	II	13	9,6
	III	12	8,8
	IV	23	16,9
	V	14	10,3
	VI	14	10,3
	VII	24	17,6
	VIII	8	5,9
	IX	15	11,0
Total	136	100,0	
Situación actual		Frecuencia	Porcentaje
	Estudia y trabaja	58	42,6
	Solo estudia	78	57,4
Total	136	100,0	
Experiencia laboral previa		Frecuencia	Porcentaje
	No	49	36,0
	Si	87	64,0
Total	136	100,0	
Experiencia en meses		Frecuencia	Porcentaje
	0 - 23	112	82,4
	24 - 47	19	14,0
	48 - 71	4	2,9
	72 - 96	1	0,7
Total	136	100,0	
Ámbito de desarrollo		Frecuencia	Porcentaje
	Rural	70	51,5
	Urbano	66	48,5
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS



#### **d) Característica de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 10, permite apreciar el perfil de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Tambobamba. En relación al género el 56.3% de los encuestados son mujeres y el 43.8% es hombre. Con respecto a la edad, los de mayor porcentaje son: de 17 a 19 años con un 39.6%, seguido de 20 a 22 años con un 37.5%, y el de menor porcentaje de 23 a 25 años con un 22.9%. El 25.0% son del VI semestre, el 22.9% son del IV semestre y el 4.2% del VII semestre. El 64.6% solo estudia y el 35.4% estudia y trabaja. El 60.4% si tiene experiencia laboral previa y el 39.6% no tiene experiencia laboral previa. Por otro lado, sobre la experiencia en meses, los de mayor porcentaje son: de 0 a 23 meses con un 87.5%, seguido de 24 a 47 meses con un 8.3% y el de menor porcentaje de 72 a 96 meses con un 4.2%. Finalmente el 54.2% proceden de la zona rural y el 45.8% de la zona urbana.

#### **e) Característica familiar en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 11, permite apreciar el perfil familiar y sus variables los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac. Con respecto a los ingresos familiares al mes, los de mayor porcentaje son: de 500 a 1499 Soles con un 66.4%, seguido de 1500 a 2499 soles con un 27.6%, y el de menor porcentaje de 3500 a 4500 soles con un 1.8%. El nivel de estudio de los padres, el 74.9% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 7.4% con estudios técnicos y universitarios respectivamente, y el 1.8% con estudios de posgrado. Por otro lado las madres, el 70.7% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 17.7% sin estudios, y el 2.8% con estudios pedagógicos. En relación a la ocupación de los padres, el 43.8% son agricultores, el 18.4% como trabajador independiente, y el 0.7% realizan labores domésticos en el hogar. Asimismo las madres, el 47.7% realizan labores domésticas en el hogar, el 20.7% son comerciantes, y el 2.5% trabaja para una empresa privada.

Tabla 10

*Perfil de los estudiantes - UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombre	21	43,8
	Mujer	27	56,3
	Total	48	100,0
Edad		Frecuencia	Porcentaje
	17 - 19	19	39,6
	20 - 22	18	37,5
	23 - 25	11	22,9
	Total	48	100,0
Semestre		Frecuencia	Porcentaje
	I	3	6,3
	X	3	6,3
	II	3	6,3
	III	3	6,3
	IV	11	22,9
	V	5	10,4
	VI	12	25,0
	VII	2	4,2
VIII	6	12,5	
Total	48	100,0	
Situación actual		Frecuencia	Porcentaje
	Estudia y trabaja	17	35,4
	Solo estudia	31	64,6
Total	48	100,0	
Experiencia laboral previa		Frecuencia	Porcentaje
	No	19	39,6
	Si	29	60,4
Total	48	100,0	
Experiencia en meses		Frecuencia	Porcentaje
	0 - 23	42	87,5
	24 - 47	4	8,3
	48 - 71	2	4,2
Total	48	100,0	
Ámbito de desarrollo		Frecuencia	Porcentaje
	Rural	26	54,2
	Urbano	22	45,8
Total	48	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 11

*Perfil familiar en los estudiantes - universidades de la Región Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
Ingresos familiares al mes (S/)	500 - 1499	188	66,4
	1500 - 2499	78	27,6
	2500 - 3499	12	4,2
	3500 - 4500	5	1,8
	Total	283	100,0
Nivel de estudio de los padres		Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	10	3,5
	Estudios de EBR	212	74,9
	Estudios técnicos	21	7,4
	Estudios pedagógicos	14	4,9
	Estudios universitarios	21	7,4
	Estudios de posgrado	5	1,8
Total	283	100,0	
Nivel de estudio de las madres		Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	50	17,7
	Estudios de EBR	200	70,7
	Estudios técnicos	13	4,6
	Estudios pedagógicos	8	2,8
	Estudios universitarios	12	4,2
Total	283	100,0	
Ocupación de los padres		Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	45	15,9
	Trabaja(o) para una empresa privada	17	6,0
	Comerciante	43	15,2
	Agricultor	124	43,8
	Trabajador independiente	52	18,4
	Labores domésticas en el hogar	2	0,7
Total	283	100,0	
Ocupación de las madres		Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	18	6,4
	Trabaja(o) para una empresa privada	7	2,5
	Comerciante	58	20,5
	Agricultor	39	13,8
	Trabajadora independiente	26	9,2
	Labores domésticas en el hogar	135	47,7
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**f) Característica familiar en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 12, permite apreciar el perfil familiar y sus familiares en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas. Con respecto a los ingresos familiares al mes, los de mayor porcentaje son: de 500 a 1499 Soles con un 61.6%, seguido de 1500 a 2499 soles con un 34.3%, y los de menor porcentaje de 2500 a 3499 y 3500 a 4500 soles con un 2.0% respectivamente. El nivel de estudio de los padres, el 77.8% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 7.1% con estudios universitarios, y el 1.0% con estudios pedagógicos. Por otro lado las madres, el 73.7% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 15.2% sin estudios, y el 3.0% con estudios técnicos. En relación a la ocupación de los padres, el 45.5% son agricultores, el 20.2% como comerciante, y el 7.1% trabaja para una empresa privada. Asimismo las madres, el 42.4% realizan labores domésticas en el hogar, el 24.2% son comerciantes, y el 4.0% trabaja para una empresa privada.

**g) Característica familiar en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 13, permite apreciar el perfil familiar y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay. Con respecto a los ingresos familiares al mes, los de mayor porcentaje son: de 500 a 1499 Soles con un 62.5%, seguido de 1500 a 2499 soles con un 27.9%, y el de menor porcentaje de 3500 a 4500 soles con un 2.2%. El nivel de estudio de los padres, el 70.6% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 10.3% con estudios técnicos, y el 0.7% con estudios de posgrado. Por otro lado las madres, el 71.3% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 15.4% sin estudios, y el 1.5% con estudios pedagógicos. En relación a la ocupación de los padres, el 39.0% son agricultores, el 22.1% como trabajador independiente, y el 0.7% realizan trabajos domésticos en el hogar. Asimismo las madres, el 52.2% realizan labores domésticas en el hogar, el 17.6% son comerciantes, y el 2.0% trabaja para una empresa privada.

#### **h) Característica familiar en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 14, permite apreciar el perfil familiar y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba. Con respecto a los ingresos familiares al mes, los de mayor porcentaje son: de 500 a 1499 Soles con un 87.5%, seguido de 1500 a 2499 soles con un 12.5%. El nivel de estudio de los padres, el 81.3% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 8.3% sin estudios, y el 2.1% con estudios técnicos. Por otro lado las madres, el 62.5% tiene estudios de EBR (Educación Básica Regular), seguido de 29.5% sin estudios, y el 2.1% con estudios técnicos y universitarios. En relación a la ocupación de los padres, el 54.2% son agricultores, el 14.6% trabaja para el estado y son comerciante, y el 2.1% trabaja para una empresa privada y realizan trabajos domésticos en el hogar. Asimismo las madres, el 45.8% realizan labores domésticas en el hogar, el 20.8% son comerciantes y agricultores, y el 2.1% trabaja para el Estado.

Tabla 12

*Perfil familiar en los estudiantes – UNAJMA*

UNAJMA ANDAHUAYLAS	Frecuencia	Porcentaje
500 - 1499	61	61,6
1500 - 2499	34	34,3
Ingresos familiares al mes (S/)	2500 - 3499	2,0
	3500 - 4500	2,0
	Total	99, 100,0
	Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	4, 4,0
	Estudios de EBR	77, 77,8
	Estudios técnicos	6, 6,1
Nivel de estudios del padre	Estudios pedagógicos	1, 1,0
	Estudios universitarios	7, 7,1
	Estudios de posgrado	4, 4,0
	Total	99, 100,0
	Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	15, 15,2
	Estudios de EBR	73, 73,7
Nivel de estudios de la madre	Estudios técnicos	3, 3,0
	Estudios pedagógicos	4, 4,0
	Estudios universitarios	4, 4,0
	Total	99, 100,0
	Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	11, 11,1
	Trabaja(o) para una empresa privada	7, 7,1
Ocupación del padre	Comerciante	20, 20,2
	Agricultor	45, 45,5
	Trabajador independiente	16, 16,2
	Total	99, 100,0
	Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	7, 7,1
	Trabaja(o) para una empresa privada	4, 4,0
	Comerciante	24, 24,2
Ocupación de la madre	Agricultor	16, 16,2
	Trabajadora independiente	6, 6,1
	Labores domésticas en el hogar	42, 42,4
	Total	99, 100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 13

*Perfil familiar en los estudiantes - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA SEDE ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
Ingresos familiares al mes (S/)	500 - 1499	85	62,5
	1500 - 2499	38	27,9
	2500 - 3499	10	7,4
	3500 - 4500	3	2,2
	Total	136	100,0
Nivel de estudios del padre		Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	2	1,5
	Estudios de EBR	96	70,6
	Estudios técnicos	14	10,3
	Estudios pedagógicos	11	8,1
	Estudios universitarios	12	8,8
	Estudios de posgrado	1	0,7
Total	136	100,0	
Nivel de estudios de la madre		Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	21	15,4
	Estudios de EBR	97	71,3
	Estudios técnicos	9	6,6
	Estudios pedagógicos	2	1,5
	Estudios universitarios	7	5,1
Ocupación del padre		Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	27	19,9
	Trabaja(o) para una empresa privada	9	6,6
	Comerciante	16	11,8
	Agricultor	53	39,0
	Trabajador independiente	30	22,1
	Labores domésticas en el hogar	1	0,7
	Total	136	100,0
Ocupación de la madre		Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	10	7,4
	Trabaja(o) para una empresa privada	3	2,2
	Comerciante	24	17,6
	Agricultor	13	9,6
	Trabajadora independiente	15	11,0
	Labores domésticas en el hogar	71	52,2
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 14

*Perfil familiar en los estudiantes – UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
Ingresos familiares al mes (S/)	500 - 1499	42	87,5
	1500 - 2499	6	12,5
	Total	48	100,0
Nivel de estudios del padre		Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	4	8,3
	Estudios de EBR	39	81,3
	Estudios técnicos	1	2,1
	Estudios pedagógicos	2	4,2
	Estudios universitarios	2	4,2
	Total	48	100,0
Nivel de estudios de la madre		Frecuencia	Porcentaje
	Sin estudios	14	29,2
	Estudios de EBR	30	62,5
	Estudios técnicos	1	2,1
	Estudios pedagógicos	2	4,2
	Estudios universitarios	1	2,1
	Total	48	100,0
Ocupación del padre		Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	7	14,6
	Trabaja(o) para una empresa privada	1	2,1
	Comerciante	7	14,6
	Agricultor	26	54,2
	Trabajador independiente	6	12,5
	Labores domésticas en el hogar	1	2,1
Total	48	100,0	
Ocupación de la madre		Frecuencia	Porcentaje
	Trabaja(o) para el Estado	1	2,1
	Comerciante	10	20,8
	Agricultor	10	20,8
	Trabajadora independiente	5	10,4
	Labores domésticas en el hogar	22	45,8
Total	48	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS



#### 4.1.2 Análisis descriptivo de las variables independientes

##### a) Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac

En la tabla 15, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia primaria como factor de las universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 29.0% considera de poca importancia, el 26.1% como moderadamente importante y el 9.5% muy importante. Para la variable padres, el 47.7% considera sin importancia, el 15.2% piensa como de poca importancia, y el 8.8% valora como muy importante. Y finalmente para la variable otros miembros de la familia, el 27.6% considera como sin importancia, el 23.7% piensa como de poca importancia, y el 9.5% valora como muy importante.

Tabla 15

*Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables - universidades de la Región Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia primaria	Sin importancia	65	23,0
	De poca importancia	82	29,0
	Moderadamente importante	74	26,1
	Importante	35	12,4
	Muy importante	27	9,5
	Total	283	100,0
Padres		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	135	47,7
	De poca importancia	43	15,2
	Moderadamente importante	42	14,8
	Importante	38	13,4
	Muy importante	25	8,8
Total	283	100,0	
Otros miembros de la familia		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	78	27,6
	De poca importancia	67	23,7
	Moderadamente importante	61	21,6
	Importante	50	17,7
	Muy importante	27	9,5
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**b) Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 16, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia primaria como factor en la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 32.3% considera moderadamente importante, el 28.3% como de poca importancia y el 11.1% muy importante. Para la variable padres, el 43.4% considera sin importancia, el 17.2% piensa como importante, y el 11.1% valora como moderadamente importante. Y finalmente para la variable otros miembros de la familia, el 25.3% considera como de poca importancia, el 23.2% piensa como moderadamente importante, y el 13.1% valora como muy importante.

Tabla 16  
*Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables – UNAJMA*

UNAJMA ANDAHUAYLAS		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia primaria	Sin importancia	15	15,2
	De poca importancia	28	28,3
	Moderadamente importante	32	32,3
	Importante	11	11,1
	Muy importante	13	13,1
	Total	99	100,0
Padres		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	43	43,4
	De poca importancia	16	16,2
	Moderadamente importante	11	11,1
	Importante	17	17,2
	Muy importante	12	12,1
Total	99	100,0	
Otros miembros de la familia		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	20	20,2
	De poca importancia	25	25,3
	Moderadamente importante	23	23,2
	Importante	18	18,2
	Muy importante	13	13,1
Total	99	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**c) Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 17, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia primaria como factor en la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 27.9% considera de poca importancia el 26.5% moderadamente importante y el 8.8% muy importante. Para la variable padres, el 47.8% considera sin importancia, el 19.9% piensa como moderadamente importante, y el 8.1% valora como muy importante. Y finalmente para la variable otros miembros de la familia, el 28.7% considera como sin importancia, el 26.5% piensa como moderadamente importante, y el 9.6% valora como muy importante.

Tabla 17

*Niveles de los modelos de referencia primaria y sus variables - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA SEDE ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia primaria	Sin importancia	32	23,5
	De poca importancia	38	27,9
	Moderadamente importante	36	26,5
	Importante	18	13,2
	Muy importante	12	8,8
	Total	136	100,0
Padres		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	65	47,8
	De poca importancia	17	12,5
	Moderadamente importante	27	19,9
	Importante	16	11,8
	Muy importante	11	8,1
Total	136	100,0	
Otros miembros de la familia		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	39	28,7
	De poca importancia	26	19,1
	Moderadamente importante	36	26,5
	Importante	22	16,2
	Muy importante	13	9,6
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**d) Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 18, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia primaria como factor en la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 37.5% considera de poca importancia el 33.3% de poca importancia y el 4.2% muy importante. Para la variable padres, el 56.3% considera sin importancia, el 20.8% piensa como de poca importancia, y el 4.2% valora como muy importante. Y finalmente para la variable otros miembros de la familia, el 39.6% considera como sin importancia, el 33.3% piensa como sin importancia, y el 2.1% valora como muy importante.

Tabla 18

*Nivel de los modelos de referencia primaria y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia primaria	Sin importancia	18	37,5
	De poca importancia	16	33,3
	Moderadamente importante	6	12,5
	Importante	6	12,5
	Muy importante	2	4,2
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Padres	Sin importancia	27	56,3
	De poca importancia	10	20,8
	Moderadamente importante	4	8,3
	Importante	5	10,4
	Muy importante	2	4,2
	Total	48	100,0
	Frecuencia	Porcentaje	
Otros miembros de la familia	Sin importancia	19	39,6
	De poca importancia	16	33,3
	Moderadamente importante	2	4,2
	Importante	10	20,8
	Muy importante	1	2,1
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**e) Nivel de los modelos de referencia secundaria y sus variables en los estudiantes de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 19, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia secundaria como factor de las Universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 35.0% considera importante el 20.5% como moderadamente importante y el 4.2% sin importancia. Para la variable amigos, el 28.3% considera importante, el 23.3% piensa como moderadamente importante, y el 12.4% valora como sin importancia. Por otro lado para la variable compañeros, el 35.0% considera importante, el 18.0% piensa como de poca importancia y moderadamente importante, y el 12.4% valora como sin importancia. Y finalmente para la variable profesores, el 29.7% considera importante, el 20.5% piensa como moderadamente importante, y el 12.7% valora como sin importancia.

Tabla 19

*Nivel de los modelos de referencia y sus variables - universidades de la Región Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia secundaria	Sin importancia	12	4,2
	De poca importancia	52	18,4
	Moderadamente importante	58	20,5
	Importante	99	35,0
	Muy importante	62	21,9
	Total	283	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Amigos	Sin importancia	35	12,4
	De poca importancia	50	17,7
	Moderadamente importante	66	23,3
	Importante	80	28,3
	Muy importante	52	18,4
	Total	283	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Compañeros	Sin importancia	35	12,4
	De poca importancia	51	18,0
	Moderadamente importante	51	18,0
	Importante	99	35,0
	Muy importante	47	16,6
	Total	283	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Profesores	Sin importancia	36	12,7
	De poca importancia	56	19,8
	Moderadamente importante	58	20,5
	Importante	84	29,7
	Muy importante	49	17,3
	Total	283	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**f) Nivel de los modelos de referencia secundaria y sus variables en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 20, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia secundaria como factor de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 40,4% considera importante el 24.2% como muy importante y el 3.0% sin importancia. Para la variable amigos, el 29.3% considera importante, el 25.3% piensa como moderadamente importante, y el 11.3% valora como sin importancia. Por otro lado para la variable compañeros, el 39.4% considera importante, el 20.2% piensa como importante, y el 9.1% valora como sin importancia. Y finalmente para la variable profesores, el 31.3% considera importante, el 24.2% piensa como de poca importancia, y el 10.1% valora como sin importancia.

Tabla 20

*Nivel de los modelos de referencia y sus variables - UNAJMA*

UNAJMA ANDAHUAYLAS		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia secundaria	Sin importancia	3	3,0
	De poca importancia	15	15,2
	Moderadamente importante	17	17,2
	Importante	40	40,4
	Muy importante	24	24,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Amigos	Sin importancia	11	11,1
	De poca importancia	13	13,1
	Moderadamente importante	25	25,3
	Importante	29	29,3
	Muy importante	21	21,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Compañeros	Sin importancia	9	9,1
	De poca importancia	14	14,1
	Moderadamente importante	17	17,2
	Importante	39	39,4
	Muy importante	20	20,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Profesores	Sin importancia	10	10,1
	De poca importancia	24	24,2
	Moderadamente importante	17	17,2
	Importante	31	31,3
	Muy importante	17	17,2
	Total	99	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**g) Nivel de los modelos de referencia secundaria y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 21, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia secundaria como factor de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 33.8% considera importante el 23.5% como moderadamente importante y muy importante respectivamente y el 3.7% sin importancia. Para la variable amigos, el 31.6% considera importante, el 22.1% piensa como moderadamente importante, y el 13.2% valora como sin importancia. Por otro lado para la variable compañeros, el 33.1% considera importante, el 21.3% piensa como moderadamente importante, y el 11.0% valora como sin importancia. Y finalmente para la variable profesores, el 31.6% considera importante, el 21.3% piensa como moderadamente importante, y el 12.5% valora como sin importancia.

**h) Nivel de los modelos de referencia secundaria y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 22, permite apreciar los resultados de los modelos de referencia secundaria como factor de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 33.3% considera de poca importancia, el 27.1% como importante y el 8.3% como sin importancia. Para la variable amigos, el 35.4% considera de poca importancia, el 22.9% piensa como moderadamente importante, y el 12.5% valora como sin importancia. Por otro lado para la variable compañeros, el 31,3% considera importante, el 29.2% piensa como de poca importancia, y el 6.3% valora como muy importante. Y finalmente para la variable profesores, el 25.0% considera como de poca importancia y moderadamente importante, el 20.8% piensa como importante, y el 10.4% valora como muy importante.

Tabla 21

*Nivel de los modelos de referencia y sus variables – UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA SEDE ABANCA Y		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia secundaria	Sin importancia	5	3,7
	De poca importancia	21	15,4
	Moderadamente importante	32	23,5
	Importante	46	33,8
	Muy importante	32	23,5
	Total	136	100,0
Amigos		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	18	13,2
	De poca importancia	20	14,7
	Moderadamente importante	30	22,1
	Importante	43	31,6
	Muy importante	25	18,4
Total	136	100,0	
Compañeros		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	15	11,0
	De poca importancia	23	16,9
	Moderadamente importante	29	21,3
	Importante	45	33,1
	Muy importante	24	17,6
Total	136	100,0	
Profesores		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	17	12,5
	De poca importancia	20	14,7
	Moderadamente importante	29	21,3
	Importante	43	31,6
	Muy importante	27	19,9
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS



Tabla 22

*Nivel de los modelos de referencia secundaria y sus variables - UNAMBA filial*

*Tambobamba*

UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
Modelos de referencia secundaria	Sin importancia	4	8,3
	De poca importancia	16	33,3
	Moderadamente importante	9	18,8
	Importante	13	27,1
	Muy importante	6	12,5
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Amigos	Sin importancia	6	12,5
	De poca importancia	17	35,4
	Moderadamente importante	11	22,9
	Importante	8	16,7
	Muy importante	6	12,5
	Total	48	100,0
	Frecuencia	Porcentaje	
Compañeros	Sin importancia	11	22,9
	De poca importancia	14	29,2
	Moderadamente importante	5	10,4
	Importante	15	31,3
	Muy importante	3	6,3
	Total	48	100,0
	Frecuencia	Porcentaje	
Profesores	Sin importancia	9	18,8
	De poca importancia	12	25,0
	Moderadamente importante	12	25,0
	Importante	10	20,8
	Muy importante	5	10,4
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**i) Nivel de expectativa de trabajo y sus variables en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 23, permite apreciar los resultados de la expectativa de trabajo como factor de las Universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 42.8% considera importante, el 20.5% como moderadamente importante y el 1.1% como sin importancia. Para la variable en el sector privado, el 30.4% considera importante, el 20.1% piensa como poco importante, y el 15.2% valora como sin importancia. Para la variable empresario, 54.4% considera muy importante, 21.2% piensa como importante, y el 5.3% valora como sin importancia y moderadamente importante. Por otro lado para la variable en el sector público, el 27.9% considera de poca importancia, el 26.1% piensa como moderadamente importante, y el 4.9% valora como muy importante. Y finalmente para la variable sin fines de lucro, el 27.6% considera moderadamente importante, el 26.1% piensa como de poca importancia, y el 10.6% valora como muy importante.

**j) Nivel de expectativa de trabajo y sus variables en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 24, permite apreciar los resultados de la expectativa de trabajo como factor de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 46.5% considera importante, el 20.2% como moderadamente importante y el 16.2% como de poca importancia. Para la variable en el sector privado, el 33.3% considera importante, el 20.2% piensa como poco importante, y el 13.1% valora como moderadamente importante. Para la variable empresario, 57.6% considera muy importante, 22.2% piensa como importante, y el 2.0% valora como sin importancia. Por otro lado para la variable en el sector público, el 34.3% considera como importante, el 25.3% piensa como moderadamente importante, y el 5.1% valora como muy importante. Y finalmente para la variable sin fines de lucro, el 26.3% considera como moderadamente importante, el 25.3% piensa como de poca importancia, y el 10.1% valora como muy importante.

Tabla 23

*Nivel de expectativa de trabajo y sus variables - universidades de la Región**Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
Expectativa de trabajo	Sin importancia	3	1,1
	De poca importancia	53	18,7
	Moderadamente importante	58	20,5
	Importante	121	42,8
	Muy importante	48	17,0
	Total	283	100,0
En el sector privado		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	43	15,2
	De poca importancia	57	20,1
	Moderadamente importante	46	16,3
	Importante	86	30,4
	Muy importante	51	18,0
Total	283	100,0	
Como empresario		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	15	5,3
	De poca importancia	39	13,8
	Moderadamente importante	15	5,3
	Importante	60	21,2
	Muy importante	154	54,4
Total	283	100,0	
En el sector público		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	43	15,2
	De poca importancia	79	27,9
	Moderadamente importante	74	26,1
	Importante	73	25,8
	Muy importante	14	4,9
Total	283	100,0	
En actividades sin fines de lucro		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	43	15,2
	De poca importancia	74	26,1
	Moderadamente importante	78	27,6
	Importante	58	20,5
	Muy importante	30	10,6
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 24

*Nivel de expectativa de trabajo - UNAJMA*

UNAJMA ANDAHUAYLAS		Frecuencia	Porcentaje
Expectativa de trabajo	De poca importancia	16	16,2
	Moderadamente importante	20	20,2
	Importante	46	46,5
	Muy importante	17	17,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
En el sector privado	Sin importancia	18	18,2
	De poca importancia	20	20,2
	Moderadamente importante	13	13,1
	Importante	33	33,3
	Muy importante	15	15,2
Total	99	100,0	
		Frecuencia	Porcentaje
Como empresario	Sin importancia	2	2,0
	De poca importancia	13	13,1
	Moderadamente importante	5	5,1
	Importante	22	22,2
	Muy importante	57	57,6
Total	99	100,0	
		Frecuencia	Porcentaje
En el sector público	Sin importancia	12	12,1
	De poca importancia	23	23,2
	Moderadamente importante	25	25,3
	Importante	34	34,3
	Muy importante	5	5,1
Total	99	100,0	
		Frecuencia	Porcentaje
En actividades sin fines de lucro	Sin importancia	15	15,2
	De poca importancia	25	25,3
	Moderadamente importante	26	26,3
	Importante	23	23,2
	Muy importante	10	10,1
Total	99	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**k) Nivel de expectativa de trabajo y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 25, permite apreciar los resultados de la expectativa de trabajo como factor de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 30.9% considera importante, el 19.9% como muy importante y el 13.2% como sin importancia. Para la variable en el sector privado, el 30.9% considera importante, el 19.9% piensa como muy importante, y el 13.2% valora como sin importancia. Para la variable empresario, 58.1% considera muy importante, 21.3% piensa como importante, y el 5.9% valora como sin importancia y moderadamente importante. Por otro lado para la variable en el sector público, el 30.9% considera como moderadamente importante, el 26.5% piensa como de poca importancia, y el 5.1% valora como muy importante. Y finalmente para la variable sin fines de lucro, el 30.9% considera como moderadamente importante, el 25.7% piensa como de poca importancia, y el 11.0% valora como sin importancia.

**l) Nivel de expectativa de trabajo y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 26, permite apreciar los resultados de la expectativa de trabajo como factor de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 33.3% considera de poca importancia, el 31.3% como importante y el 4.2% como sin importancia. Para la variable en el sector privado, el 22.9% considera de poca importancia e importante respectivamente, el 20.8% piensa como moderadamente importante, y el 14.6% valora como sin importancia. Para la variable empresario, 37.5% considera muy importante, 29.2% piensa como de poca importancia, y el 4.2% valora como moderadamente importante. Por otro lado para la variable en el sector público, el 41.7% considera de poca importancia, el 20.8% piensa como sin importancia, y el 4.2% valora como muy importante. Y finalmente para la variable sin fines de lucro, el 29.2% considera como de poca importancia, el 27.1% piensa como sin importancia, y el 6.3% valora como muy importante.

Tabla 25

*Nivel de expectativa de trabajo y sus variables - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA SEDE ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
Expectativa de trabajo	Sin importancia	1	0,7
	De poca importancia	21	15,4
	Moderadamente importante	30	22,1
	Importante	60	44,1
	Muy importante	24	17,6
	Total	136	100,0
En el sector privado		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	18	13,2
	De poca importancia	26	19,1
	Moderadamente importante	23	16,9
	Importante	42	30,9
	Muy importante	27	19,9
Total	136	100,0	
Como empresario		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	8	5,9
	De poca importancia	12	8,8
	Moderadamente importante	8	5,9
	Importante	29	21,3
	Muy importante	79	58,1
Total	136	100,0	
En el sector público		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	21	15,4
	De poca importancia	36	26,5
	Moderadamente importante	42	30,9
	Importante	30	22,1
	Muy importante	7	5,1
Total	136	100,0	
En actividades sin fines de lucro		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	15	11,0
	De poca importancia	35	25,7
	Moderadamente importante	42	30,9
	Importante	27	19,9
	Muy importante	17	12,5
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 26

Nivel de expectativa de trabajo y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba

UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
Expectativa de trabajo	Sin importancia	2	4,2
	De poca importancia	16	33,3
	Moderadamente importante	8	16,7
	Importante	15	31,3
	Muy importante	7	14,6
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
En el sector privado	Sin importancia	7	14,6
	De poca importancia	11	22,9
	Moderadamente importante	10	20,8
	Importante	11	22,9
	Muy importante	9	18,8
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Como empresario	Sin importancia	5	10,4
	De poca importancia	14	29,2
	Moderadamente importante	2	4,2
	Importante	9	18,8
	Muy importante	18	37,5
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
En el sector público	Sin importancia	10	20,8
	De poca importancia	20	41,7
	Moderadamente importante	7	14,6
	Importante	9	18,8
	Muy importante	2	4,2
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
En actividades sin fines de lucro	Sin importancia	13	27,1
	De poca importancia	14	29,2
	Moderadamente importante	10	20,8
	Importante	8	16,7
	Muy importante	3	6,3
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**m) Nivel de ambiente universitario y sus variables en los estudiantes de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 27, permite apreciar los resultados de ambiente universitario como factor de las Universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 39.2% considera importante, el 26.1% como moderadamente importante y el 6.7% como sin importancia. Para la variable programas de emprendimiento, el 34.3% considera importante, el 24.4% se muestra moderadamente importante, y el 11.7% valora como muy importante. Para la variable asignaturas de emprendimiento, el 38.2% considera importante, el 20.5% se muestra moderadamente importante, y el 11.3% valora sin importancia. Para la variable unidades de apoyo a la incubación, el 27.2% se muestra indiferente, el 25.1% considera importante, y el 9.5% valora como muy importante. Por otro lado para la variable incentivos para el emprendimiento, el 26.1% considera importante, el 25.8% muestra moderadamente importante, y el 7.4% valora como muy importante. Y finalmente para la variable difusión de programas de emprendimiento, el 30.0% considera estar de acuerdo, el 25.1% muestra su indiferencia, y el 7.1% valora como muy importante.

**n) Nivel de ambiente universitario y sus variables en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 28, permite apreciar los resultados de ambiente universitario como factor de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 39.4% considera moderadamente importante, el 35.4% como importante y el 2.0% como sin importancia. Para la variable programas de emprendimiento, el 34.3% considera importante, el 30.3% se muestra como moderadamente importante, y el 7.1% valora como sin importancia. Para la variable asignaturas de emprendimiento, el 32.3% considera importante, el 27.3% se muestra como moderadamente importante, y el 8.1% valora como sin importancia. Para la variable unidades de apoyo a la incubación, el 34.3% se muestra moderadamente importante, el 27.3% considera como de poca importancia, y el 8.1% valora como muy importante. Por otro lado para la variable incentivos para el emprendimiento, el 30.3% se muestra moderadamente importante, el 25.3% considerar como importante, y el 6.1% valora como muy importante. Y finalmente para la variable difusión de programas de



emprendimiento, el 30.3% considera como importante, el 29.3% muestra moderadamente importante, y el 4.0% valora como muy importante.

Tabla 27

*Nivel de ambiente universitario y sus variables - universidades de la Región Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
AMBIENTE UNIVERSITARIO	Sin importancia	19	6,7
	De poca importancia	46	16,3
	Moderadamente importante	74	26,1
	Importante	111	39,2
	Muy importante	33	11,7
	Total	283	100,0
Programas de emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	40	14,1
	De poca importancia	44	15,5
	Moderadamente importante	69	24,4
	Importante	97	34,3
	Muy importante	33	11,7
Total	283	100,0	
Asignaturas de emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	32	11,3
	De poca importancia	50	17,7
	Moderadamente importante	58	20,5
	Importante	108	38,2
	Muy importante	35	12,4
Total	283	100,0	
Unidad de apoyo a la incubación		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	47	16,6
	De poca importancia	61	21,6
	Moderadamente importante	77	27,2
	Importante	71	25,1
	Muy importante	27	9,5
Total	283	100,0	
Incentivos para emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	58	20,5
	De poca importancia	57	20,1
	Moderadamente importante	73	25,8
	Importante	74	26,1
	Muy importante	21	7,4
Total	283	100,0	
Difusión de programas de emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	50	17,7
	De poca importancia	57	20,1
	Moderadamente importante	71	25,1
	Importante	85	30,0
	Muy importante	20	7,1
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 28

*Nivel de ambiente universitario y sus variables - UNAJMA*

UNAJMA ANDAHUAYLAS		Frecuencia	Porcentaje
AMBIENTE UNIVERSITARIO	Sin importancia	2	2,0
	De poca importancia	13	13,1
	Moderadamente importante	39	39,4
	Importante	35	35,4
	Muy importante	10	10,1
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Programas de emprendimiento	Sin importancia	7	7,1
	De poca importancia	14	14,1
	Moderadamente importante	30	30,3
	Importante	34	34,3
	Muy importante	14	14,1
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Asignaturas para emprendimiento	Sin importancia	8	8,1
	De poca importancia	21	21,2
	Moderadamente importante	27	27,3
	Importante	32	32,3
	Muy importante	11	11,1
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Unidad de apoyo a la incubación	Sin importancia	10	10,1
	De poca importancia	27	27,3
	Moderadamente importante	34	34,3
	Importante	20	20,2
	Muy importante	8	8,1
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Incentivos para emprendimiento	Sin importancia	14	14,1
	De poca importancia	24	24,2
	Moderadamente importante	30	30,3
	Importante	25	25,3
	Muy importante	6	6,1
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Difusión de programas de emprendimiento	Sin importancia	15	15,2
	De poca importancia	21	21,2
	Moderadamente importante	29	29,3
	Importante	30	30,3
	Muy importante	4	4,0
	Total	99	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**o) Nivel de ambiente universitario y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 29, permite apreciar los resultados de ambiente universitario como factor de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 41.2% considera importante, el 19.1% como moderadamente importante y el 8.1% como sin importancia. Para la variable programas de emprendimiento, el 36.0% considera como importante, el 25.0% se muestra como moderadamente importante, y el 11.0% valora como muy importante. Para la variable asignaturas de emprendimiento, el 42.6% considera como importante, el 16.9% se muestra moderadamente importante, y el 12.5% valora como sin importancia. Para la variable unidades de apoyo a la incubación, el 28.7% considera como importante, el 25.7% se muestra moderadamente importante, y el 11.8% valora como muy importante. Por otro lado para la variable incentivos para el emprendimiento, el 27.2% piensa como importante, el 22.8% considera como moderadamente importante, y el 9.6% valora como muy importante. Y finalmente para la variable difusión de programas de emprendimiento, el 31.6% considera como importante, el 24.3% muestra como moderadamente importante, y el 8.1% valora como muy importante.

**p) Nivel de ambiente universitario y sus variables en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 30, permite apreciar los resultados de ambiente universitario como factor de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 41.7% considera como importante, el 22.9% como de poca importancia y el 4.2% como muy importante. Para la variable programas de emprendimiento, el 29.2% considera como importante, el 25.0% considera como importante, y el 8.3% valora como muy importante. Para la variable asignaturas de emprendimiento, el 37.5% considera como importante, el 20.8% considera como de poca importante, y el 10.4% valora como muy importante. Para la variable unidades de apoyo a la incubación, el 29.2% considera como de poca importancia, el 25.0% considera como importante, y el 6.3% valora como muy importante. Por otro lado para la variable incentivos para el emprendimiento, el 25.0% considera como sin

importancia, moderadamente importante e importante respectivamente, el 20.8% considerar como de poca importancia, y el 4.2% valora como muy importante. Y finalmente para la variable difusión de programas de emprendimiento, el 25.0% considera como importante, el 22.9% considera como sin importancia y de poca importancia respectivamente, y el 10.4% valora como muy importante.

Tabla 29

*Nivel de ambiente universitario y sus variables - UNAMBA sede Abancay*

UNAMABA SEDE ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
AMBIENTE UNIVERSITARIO	Sin importancia	11	8,1
	De poca importancia	22	16,2
	Moderadamente importante	26	19,1
	Importante	56	41,2
	Muy importante	21	15,4
	Total	136	100,0
Programas de emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	20	14,7
	De poca importancia	18	13,2
	Moderadamente importante	34	25,0
	Importante	49	36,0
	Muy importante	15	11,0
Total	136	100,0	
Asignaturas para emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	17	12,5
	De poca importancia	19	14,0
	Moderadamente importante	23	16,9
	Importante	58	42,6
	Muy importante	19	14,0
Total	136	100,0	
Unidad de apoyo a la incubación		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	26	19,1
	De poca importancia	20	14,7
	Moderadamente importante	35	25,7
	Importante	39	28,7
	Muy importante	16	11,8
Total	136	100,0	
Incentivos para emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	32	23,5
	De poca importancia	23	16,9
	Moderadamente importante	31	22,8
	Importante	37	27,2
	Muy importante	13	9,6
Total	136	100,0	
Difusión de programas de emprendimiento		Frecuencia	Porcentaje
	Sin importancia	24	17,6
	De poca importancia	25	18,4
	Moderadamente importante	33	24,3
	Importante	43	31,6
	Muy importante	11	8,1
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 30

*Nivel de ambiente universitario y sus variables – UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
AMBIENTE UNIVERSITARIO	Sin importancia	6	12,5
	De poca importancia	11	22,9
	Moderadamente importante	9	18,8
	Importante	20	41,7
	Muy importante	2	4,2
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Programas de emprendimiento	Sin importancia	13	27,1
	De poca importancia	12	25,0
	Moderadamente importante	5	10,4
	Importante	14	29,2
	Muy importante	4	8,3
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Asignaturas para emprendimiento	Sin importancia	7	14,6
	De poca importancia	10	20,8
	Moderadamente importante	8	16,7
	Importante	18	37,5
	Muy importante	5	10,4
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Unidad de apoyo a la incubación	Sin importancia	11	22,9
	De poca importancia	14	29,2
	Moderadamente importante	8	16,7
	Importante	12	25,0
	Muy importante	3	6,3
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Incentivos para emprendimiento	Sin importancia	12	25,0
	De poca importancia	10	20,8
	Moderadamente importante	12	25,0
	Importante	12	25,0
	Muy importante	2	4,2
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Difusión de programas de emprendimiento	Sin importancia	11	22,9
	De poca importancia	11	22,9
	Moderadamente importante	9	18,8
	Importante	12	25,0
	Muy importante	5	10,4
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

#### **4.1.3 Análisis descriptivo de la variable dependiente**

##### **a) Nivel de logro y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 31, permite apreciar los resultados de la variable logro de las Universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 41.7% está en proceso, el 39.9% está desarrollada y el 4.2% se muestra indiferente. Para la dimensión, el 45.9% está en proceso, el 23.3% está desarrollada, y el 6.4% se muestra indiferente. Para la dimensión integridad, el 41.3% está en proceso, el 21.9% está en inicio, y el 7.4% valora como indiferente. Para la dimensión socios competentes, el 38.5% está en proceso, el 31.1% considera desarrollada, y el 8.5% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión mejorar, el 37.5% está en proceso, el 33.9% considera como desarrollada, y el 6.4% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión satisfacción, el 41.0% está en proceso, el 30.4% considera estar desarrollada, y el 7.1% valora como indiferente.

##### **b) Nivel de logro y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 32, permite apreciar los resultados de la variable logro de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 41.4% está en proceso, el 38.4% está desarrollada y el 1.0% se muestra indiferente. Para la dimensión dedicación, el 40.4% considera estar en proceso, el 24.2% en inicio, y el 3.0% valora como indiferente. Para la dimensión integridad, el 38.4% considera estar en proceso, el 26.3% se muestra en inicio, y el 4.0% valora como indiferente. Para la dimensión socios competentes, el 40.4% considera estar en proceso, el 27.3% considera estar desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión mejorar, el 35.4% considera estar en proceso, el 34.3% considera estar desarrollada, y el 2.0% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión satisfacción, el 41.4% considera estar en proceso, el 32.3% considera estar desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente.

Tabla 31

*Nivel de logro y sus dimensiones - universidades de la Región Apurímac*

Logro		Frecuencia	Porcentaje
AELogro	Indiferente	12	4,2
	En exploración	23	8,1
	En inicio	17	6,0
	En proceso	118	41,7
	Desarrollada	113	39,9
	Total	283	100,0
Dedicación		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	18	6,4
	En exploración	28	9,9
	En inicio	41	14,5
	En proceso	130	45,9
	Desarrollada	66	23,3
Total	283	100,0	
Integridad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	21	7,4
	En exploración	40	14,1
	En inicio	62	21,9
	En proceso	117	41,3
	Desarrollada	43	15,2
Total	283	100,0	
Socios competentes		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	24	8,5
	En exploración	23	8,1
	En inicio	39	13,8
	En proceso	109	38,5
	Desarrollada	88	31,1
Total	283	100,0	
Mejorar		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	18	6,4
	En exploración	28	9,9
	En inicio	35	12,4
	En proceso	106	37,5
	Desarrollada	96	33,9
Total	283	100,0	
Satisfacción		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	20	7,1
	En exploración	27	9,5
	En inicio	34	12,0
	En proceso	116	41,0
	Desarrollada	86	30,4
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 32

*Nivel de logro y sus dimensiones - UNAJMA*

UNAJMA		Frecuencia	Porcentaje
AELogro	Indiferente	1	1,0
	En exploración	9	9,1
	En inicio	10	10,1
	En proceso	41	41,4
	Desarrollada	38	38,4
	Total	99	100,0
Dedicación		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
	En exploración	10	10,1
	En inicio	24	24,2
	En proceso	40	40,4
	Desarrollada	22	22,2
Total	99	100,0	
Integridad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	4	4,0
	En exploración	18	18,2
	En inicio	26	26,3
	En proceso	38	38,4
	Desarrollada	13	13,1
Total	99	100,0	
Socios competentes		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
	En exploración	14	14,1
	En inicio	15	15,2
	En proceso	40	40,4
	Desarrollada	27	27,3
Total	99	100,0	
Mejorar		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	2	2,0
	En exploración	14	14,1
	En inicio	14	14,1
	En proceso	35	35,4
	Desarrollada	34	34,3
Total	99	100,0	
Satisfacción		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
	En exploración	9	9,1
	En inicio	14	14,1
	En proceso	41	41,4
	Desarrollada	32	32,3
Total	99	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS



**c) Nivel de logro y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 33, permite apreciar los resultados de la variable logro de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 47.8% está desarrollada, el 40.4% está en proceso y el 4.4% se muestra indiferente y exploración. Para la dimensión dedicación, el 50.7% considera estar en proceso, el 27.2% considerar estar desarrollada, y el 6.6% valora como indiferente. Para la dimensión integridad, el 44.9% considera estar en proceso, el 21.3% se muestra en inicio, y el 5.1% valora como indiferente. Para la dimensión socios competentes, el 38.2% considera estar desarrollada, el 36.0% considera estar en proceso, y el 8.1% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión mejorar, el 40.4% considera estar desarrollada, el 39.7% considera estar en proceso, y el 4.4% valora estar indiferente. Y finalmente para la dimensión satisfacción, el 40.4% considera estar en proceso, el 35.3% considera estar desarrollada, y el 5.9% valora estar indiferente.

**d) Nivel de logro y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 33, permite apreciar los resultados de la variable logro de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 45.8% está en proceso, el 20.8% está desarrollada y el 6.3% se muestra en inicio. Para la dimensión dedicación, el 43.8% considera estar en proceso, el 18.8% considerar estar en exploración, y el 10.4% valora estar en inicio. Para la dimensión integridad, el 37.5% considera estar en proceso, el 20.8% se muestra indiferente, y el 10.4% valora estar en exploración. Para la dimensión socios competentes, el 41.7% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar indiferente, y el 10.4% valora estar en exploración. Por otro lado para la dimensión mejorar, el 35.4% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar en inicio, y el 12.5% valora estar indiferente. Y finalmente para la dimensión satisfacción, el 41.7% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar en exploración, y el 8.3% valora estar en inicio.

Tabla 33

*Nivel de logro y sus dimensiones – UANMABA sede Abancay*

UNAMBA ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
AELogro	Indiferente	6	4,4
	En exploración	6	4,4
	En inicio	4	2,9
	En proceso	55	40,4
	Desarrollada	65	47,8
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Dedicación	Indiferente	9	6,6
	En exploración	9	6,6
	En inicio	12	8,8
	En proceso	69	50,7
	Desarrollada	37	27,2
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Integridad	Indiferente	7	5,1
	En exploración	17	12,5
	En inicio	29	21,3
	En proceso	61	44,9
	Desarrollada	22	16,2
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Socios competentes	Indiferente	11	8,1
	En exploración	4	2,9
	En inicio	20	14,7
	En proceso	49	36,0
	Desarrollada	52	38,2
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Mejorar	Indiferente	10	7,4
	En exploración	6	4,4
	En inicio	11	8,1
	En proceso	54	39,7
	Desarrollada	55	40,4
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Satisfacción	Indiferente	9	6,6
	En exploración	8	5,9
	En inicio	16	11,8
	En proceso	55	40,4
	Desarrollada	48	35,3
	Total	136	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 34

*Nivel de logro y sus dimensiones - UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
AELogro	Indiferente	5	10,4
	En exploración	8	16,7
	En inicio	3	6,3
	En proceso	22	45,8
	Desarrollada	10	20,8
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Dedicación	Indiferente	6	12,5
	En exploración	9	18,8
	En inicio	5	10,4
	En proceso	21	43,8
	Desarrollada	7	14,6
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Integridad	Indiferente	10	20,8
	En exploración	5	10,4
	En inicio	7	14,6
	En proceso	18	37,5
	Desarrollada	8	16,7
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Socios competentes	Indiferente	10	20,8
	En exploración	5	10,4
	En inicio	4	8,3
	En proceso	20	41,7
	Desarrollada	9	18,8
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Mejorar	Indiferente	6	12,5
	En exploración	8	16,7
	En inicio	10	20,8
	En proceso	17	35,4
	Desarrollada	7	14,6
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Satisfacción	Indiferente	8	16,7
	En exploración	10	20,8
	En inicio	4	8,3
	En proceso	20	41,7
	Desarrollada	6	12,5
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**e) Nivel de innovación y sus dimensiones en los estudiantes de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 35, permite apreciar los resultados de la variable innovación de las universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 42.3% está desarrollada, el 40.3% está en proceso y el 4.6% se muestra indiferente. Para la dimensión nuevas oportunidades, el 41.0% considera estar en proceso, el 35.7% considera estar desarrollada, y el 6.7% valora estar en inicio. Para la dimensión cuestionarse, el 45.2% considera estar en proceso, el 19.8% se muestra en desarrollo, y el 8.5% valora como indiferente. Para la dimensión novedoso, el 46.6% considera estar en proceso, el 19.8% considera estar en inicio, y el 7.1% valora como indiferente. Para la dimensión nuevas ideas, el 41.0% considera estar en proceso, el 31.8% considera estar desarrollada, y el 7.4% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión socios dinámicos, el 40.6% considera estar en proceso, el 33.6% considera estar desarrollada, y el 7.1% valora estar en exploración. Y finalmente para la dimensión interés extraordinario, el 42.0% considera estar en proceso, el 25.8% considera estar desarrollada, y el 8.1% valora como indiferente.

**f) Nivel de innovación y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 36, permite apreciar los resultados de la variable innovación de la Universidades Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 46.5% está desarrollada, el 37.4% está en proceso y el 1.0% se muestra indiferente. Para la dimensión nuevas oportunidades, el 40.4% considera estar en proceso, el 37.4% considera como desarrollada, y el 5.1% valora como indiferente y en inicio respectivamente. Para la dimensión cuestionarse, el 44.4% considera estar en proceso, el 22.2% se muestra en inicio, y el 5.1% valora como indiferente. Para la dimensión novedoso, el 45.5% considera estar en proceso, el 22.2% considera estar en inicio, y el 4.0% valora como indiferente. Para la dimensión nuevas ideas, el 40.4% considera estar en proceso, el 33.3% considera estar desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión socios dinámicos, el 43.4% considera estar en proceso, el 35.4% considera estar desarrollada, y el 2.0% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión interés extraordinario, el 38.4%

considera estar en proceso, el 30.3% considera estar desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente.

Tabla 35

*Nivel de innovación y sus dimensiones - universidades de la Región Apurímac*

Innovación		Frecuencia	Porcentaje
AEInnovación	Indiferente	13	4,6
	En exploración	21	7,4
	En inicio	16	5,7
	En proceso	114	40,3
	Desarrollada	119	42,0
	Total	283	100,0
Nuevas oportunidades		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	22	7,8
	En exploración	25	8,8
	En inicio	19	6,7
	En proceso	116	41,0
	Desarrollada	101	35,7
Total	283	100,0	
Cuestionarse		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	24	8,5
	En exploración	26	9,2
	En inicio	49	17,3
	En proceso	128	45,2
	Desarrollada	56	19,8
Total	283	100,0	
Novedoso		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	20	7,1
	En exploración	30	10,6
	En inicio	56	19,8
	En proceso	132	46,6
	Desarrollada	45	15,9
Total	283	100,0	
Nuevas ideas		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	21	7,4
	En exploración	22	7,8
	En inicio	34	12,0
	En proceso	116	41,0
	Desarrollada	90	31,8
Total	283	100,0	
Socios dinámicos		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	20	7,1
	En exploración	20	7,1
	En inicio	33	11,7
	En proceso	115	40,6
	Desarrollada	95	33,6
Total	283	100,0	
Interés extraordinario		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	23	8,1
	En exploración	31	11,0
	En inicio	37	13,1
	En proceso	119	42,0
	Desarrollada	73	25,8
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 36

*Nivel de innovación y sus dimensiones - UNAJMA*

UNAJMA		Frecuencia	Porcentaje
AEInnovación	Indiferente	1	1,0
	En exploración	7	7,1
	En inicio	8	8,1
	En proceso	37	37,4
	Desarrollada	46	46,5
	Total	99	100,0
Nuevas oportunidades	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	5	5,1
	En exploración	12	12,1
	En inicio	5	5,1
	En proceso	40	40,4
	Desarrollada	37	37,4
Cuestionarse	Total	99	100,0
	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	5	5,1
	En exploración	8	8,1
	En inicio	22	22,2
	En proceso	44	44,4
Novedoso	Desarrollada	20	20,2
	Total	99	100,0
	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	4	4,0
	En exploración	9	9,1
	En inicio	22	22,2
Nuevas ideas	En proceso	45	45,5
	Desarrollada	19	19,2
	Total	99	100,0
	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
	En exploración	10	10,1
Socios dinámicos	En inicio	13	13,1
	En proceso	40	40,4
	Desarrollada	33	33,3
	Total	99	100,0
	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	2	2,0
En exploración	8	8,1	
Interés extraordinario	En inicio	11	11,1
	En proceso	43	43,4
	Desarrollada	35	35,4
	Total	99	100,0
	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
En exploración	14	14,1	
En inicio	14	14,1	
En proceso	38	38,4	
Desarrollada	30	30,3	
Total	99	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**g) Nivel de innovación y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 37, permite apreciar los resultados de la variable innovación de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 44.1% está desarrollada, el 43.3% está en proceso y el 3.7% se muestra en exploración y en inicio respectivamente. Para la dimensión nuevas oportunidades, el 41.2% considera estar en proceso y desarrollada respectivamente, el 8.1% considera estar en inicio, y el 2.9% valora estar en exploración. Para la dimensión cuestionarse, el 47.8% considera estar en proceso, el 19.1% se muestra en inicio, y el 7.4% valora como indiferente y exploración respectivamente. Para la dimensión novedoso, el 49.3% considera estar en proceso, el 19.9% considera estar en inicio, y el 5.9% valora como indiferente. Para la dimensión nuevas ideas, el 43.4% considera estar en proceso, el 34.6% considera estar desarrollada, y el 2.9% valora estar en exploración. Por otro lado para la dimensión socios dinámicos, el 41.9% considera estar en proceso, el 36.0% considera estar desarrollada, y el 5.9% valora estar en exploración. Y finalmente para la dimensión interés extraordinario, el 45.6% considera estar en proceso, el 26.5% considera estar desarrollada, y el 5.9% valora estar en exploración.

**h) Nivel de innovación y sus dimensiones los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 38, permite apreciar los resultados de la variable innovación de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 37.5% está en proceso, el 27.1% está desarrollada y el 6.3% se muestra estar en inicio. Para la dimensión nuevas oportunidades, el 41.7% considera estar en proceso, el 18.8% considera estar en exploración, y el 6.3% valora estar en inicio. Para la dimensión cuestionarse, el 39.6% considera estar en proceso, el 22.9% se muestra estar desarrollada, y el 2.1% valora estar en inicio. Para la dimensión novedoso, el 41.7% considera estar en proceso, el 18.8% considera estar en exploración, y el 8.3% valora como desarrollada. Para la dimensión nuevas ideas, el 35.4% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar desarrollada, y el 8.3% valora estar en inicio. Por otro lado para la dimensión socios dinámicos, el 31.3% considera estar en proceso, el 22.9% considera estar desarrollada, y el 12.5%

valora estar en exploración y en inicio respectivamente. Y finalmente para la dimensión interés extraordinario, el 39.6% considera estar en proceso, el 18.8% considera estar indiferente y exploración respectivamente, y el 8.3% valora estar en inicio.

**i) Nivel de control y sus dimensiones en los estudiantes de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 39, permite apreciar los resultados de la variable control de las universidades de la Región Apurímac es la siguiente: el 49.8% está en proceso, el 31.4% está desarrollada y el 3.2% se muestra indiferente. Para la dimensión exigente, el 44.9% considera estar en proceso, el 22.3% considera estar en inicio, y el 6.0% valora como indiferente. Para la dimensión perseverante, el 39.9% considera estar en proceso, el 35.0% se muestra estar desarrollada, y el 7.4% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión eficaz, el 39.9% considera estar en proceso, el 26.5% considera estar desarrollada, y el 9.2% valora como indiferente en desacuerdo. Y finalmente para la dimensión actividades, el 43.8% considera estar en proceso, el 19.1% considera estar en inicio, y el 7.8% valora como indiferente.

**j) Nivel de control y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 40, permite apreciar los resultados de la variable control de la Universidad Nacional José María Arguedas es la siguiente: el 49.5% está en proceso, el 31.3% está desarrollada y el 1.0% se muestra indiferente. Para la dimensión exigente, el 38.4% considera estar en proceso, el 28.3% considera estar en inicio, y el 4.0% valora como indiferente. Para la dimensión perseverante, el 40.4% considera estar desarrollada, el 36.4% se muestra estar en proceso, y el 3.0% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión eficaz, el 42.4% considera estar en proceso, el 26.3% considera estar desarrollada, y el 7.1% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión actividades, el 42.4% considera estar en proceso, el 20.2% considera estar en inicio, y el 6.1% valora como indiferente.



Tabla 37

*Nivel de innovación y sus dimensiones - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
AEInnovación	Indiferente	7	5,1
	En exploración	5	3,7
	En inicio	5	3,7
	En proceso	59	43,4
	Desarrollada	60	44,1
	Total	136	100,0
Nuevas oportunidades	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	9	6,6
	En exploración	4	2,9
	En inicio	11	8,1
	En proceso	56	41,2
	Desarrollada	56	41,2
Total	136	100,0	
Cuestionarse	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	10	7,4
	En exploración	10	7,4
	En inicio	26	19,1
	En proceso	65	47,8
	Desarrollada	25	18,4
Total	136	100,0	
Novedoso	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	8	5,9
	En exploración	12	8,8
	En inicio	27	19,9
	En proceso	67	49,3
	Desarrollada	22	16,2
Total	136	100,0	
Nuevas ideas	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	9	6,6
	En exploración	4	2,9
	En inicio	17	12,5
	En proceso	59	43,4
	Desarrollada	47	34,6
Total	136	100,0	
Socios dinámicos	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	8	5,9
	En exploración	6	4,4
	En inicio	16	11,8
	En proceso	57	41,9
	Desarrollada	49	36,0
Total	136	100,0	
Interés extraordinario	Frecuencia		Porcentaje
	Indiferente	11	8,1
	En exploración	8	5,9
	En inicio	19	14,0
	En proceso	62	45,6
	Desarrollada	36	26,5
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 38

*Nivel de innovación y sus dimensiones - UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
AEInnovación	Indiferente	5	10,4
	En exploración	9	18,8
	En inicio	3	6,3
	En proceso	18	37,5
	Desarrollada	13	27,1
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Nuevas oportunidades	Indiferente	8	16,7
	En exploración	9	18,8
	En inicio	3	6,3
	En proceso	20	41,7
	Desarrollada	8	16,7
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Cuestionarse	Indiferente	9	18,8
	En exploración	8	16,7
	En inicio	1	2,1
	En proceso	19	39,6
	Desarrollada	11	22,9
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Novedoso	Indiferente	8	16,7
	En exploración	9	18,8
	En inicio	7	14,6
	En proceso	20	41,7
	Desarrollada	4	8,3
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Nuevas ideas	Indiferente	9	18,8
	En exploración	8	16,7
	En inicio	4	8,3
	En proceso	17	35,4
	Desarrollada	10	20,8
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Socios dinámicos	Indiferente	10	20,8
	En exploración	6	12,5
	En inicio	6	12,5
	En proceso	15	31,3
	Desarrollada	11	22,9
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Interés extraordinario	Indiferente	9	18,8
	En exploración	9	18,8
	En inicio	4	8,3
	En proceso	19	39,6
	Desarrollada	7	14,6
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 39

*Nivel de control y sus dimensiones - universidades de la Región Apurímac*

Control		Frecuencia	Porcentaje
AEControl	Indiferente	9	3,2
	En exploración	24	8,5
	En inicio	20	7,1
	En proceso	141	49,8
	Desarrollada	89	31,4
	Total	283	100,0
Exigente		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	17	6,0
	En exploración	26	9,2
	En inicio	63	22,3
	En proceso	127	44,9
	Desarrollada	50	17,7
Total	283	100,0	
Perseverante		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	21	7,4
	En exploración	23	8,1
	En inicio	27	9,5
	En proceso	113	39,9
	Desarrollada	99	35,0
Total	283	100,0	
Eficaz		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	26	9,2
	En exploración	27	9,5
	En inicio	42	14,8
	En proceso	113	39,9
	Desarrollada	75	26,5
Total	283	100,0	
Actividades		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	22	7,8
	En exploración	37	13,1
	En inicio	54	19,1
	En proceso	124	43,8
	Desarrollada	46	16,3
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 40

*Nivel de con trol y sus dimensiones - UNAJMA*

UNAJMA		Frecuencia	Porcentaje
AEControl	Indiferente	1	1,0
	En exploración	7	7,1
	En inicio	11	11,1
	En proceso	49	49,5
	Desarrollada	31	31,3
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Exigente	Indiferente	4	4,0
	En exploración	9	9,1
	En inicio	28	28,3
	En proceso	38	38,4
	Desarrollada	20	20,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Perseverante	Indiferente	3	3,0
	En exploración	10	10,1
	En inicio	10	10,1
	En proceso	36	36,4
	Desarrollada	40	40,4
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Eficaz	Indiferente	7	7,1
	En exploración	12	12,1
	En inicio	12	12,1
	En proceso	42	42,4
	Desarrollada	26	26,3
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Actividades	Indiferente	6	6,1
	En exploración	17	17,2
	En inicio	20	20,2
	En proceso	42	42,4
	Desarrollada	14	14,1
	Total	99	100,0

*Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS*

**k) Nivel de control y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 41, permite apreciar los resultados de la variable control de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 51.5% está en proceso, el 34.6% está desarrollada y el 3.7% se muestra indiferente. Para la dimensión exigente, el 48.5% considera estar en proceso, el 19.1% considera estar en inicio y desarrollada, y el 5.9% su valoración es en exploración. Para la dimensión perseverante, el 44.1% considera estar en proceso, el 35.3% se muestra desarrollada, y el 4.4% su valoración es en exploración. Por otro lado para la dimensión eficaz, el 39.7% considera estar en proceso, el 29.4% considera estar desarrollada, y el 7.4% valora como indiferente y en exploración respectivamente. Y finalmente para la dimensión actividades, el 44.1% considera estar en proceso, el 22.8% considera estar en inicio, y el 7.4% valora como en exploración.

**l) Nivel de control y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 42, permite apreciar los resultados de la variable control de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 45.8% está en proceso, el 22.9% está desarrollada y el 4.2% se muestra en inicio. Para la dimensión exigente, el 47.9% considera estar en proceso, el 18.8% considera estar en exploración y en inicio, y el 6,3% su valoración es indiferente. Para la dimensión perseverante, el 35.4% considera estar en proceso, el 22.9% se muestra desarrollada, y el 12.5% su valoración está en inicio. Por otro lado para la dimensión eficaz, el 35.4% considera estar en proceso, el 18.8% considera estar indiferente y desarrollada, y el 10.4% valora estar en exploración. Y finalmente para la dimensión actividades, el 45.8% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar en exploración, y el 6.3% valora estar en inicio.

Tabla 41

*Nivel de control y sus dimensiones - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
AECControl	Indiferente	5	3,7
	En exploración	7	5,1
	En inicio	7	5,1
	En proceso	70	51,5
	Desarrollada	47	34,6
	Total	136	100,0
Exigente		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	10	7,4
	En exploración	8	5,9
	En inicio	26	19,1
	En proceso	66	48,5
	Desarrollada	26	19,1
Total	136	100,0	
Perseverante		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	11	8,1
	En exploración	6	4,4
	En inicio	11	8,1
	En proceso	60	44,1
	Desarrollada	48	35,3
Total	136	100,0	
Eficaz		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	10	7,4
	En exploración	10	7,4
	En inicio	22	16,2
	En proceso	54	39,7
	Desarrollada	40	29,4
Total	136	100,0	
Actividades		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	8	5,9
	En exploración	10	7,4
	En inicio	31	22,8
	En proceso	60	44,1
	Desarrollada	27	19,9
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 42

*Nivel de control y sus dimensiones - UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
AECControl	Indiferente	3	6,3
	En exploración	10	20,8
	En inicio	2	4,2
	En proceso	22	45,8
	Desarrollada	11	22,9
	Total	48	100,0
Exigente		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	3	6,3
	En exploración	9	18,8
	En inicio	9	18,8
	En proceso	23	47,9
	Desarrollada	4	8,3
Total	48	100,0	
Perseverante		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	7	14,6
	En exploración	7	14,6
	En inicio	6	12,5
	En proceso	17	35,4
	Desarrollada	11	22,9
Total	48	100,0	
Eficaz		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	9	18,8
	En exploración	5	10,4
	En inicio	8	16,7
	En proceso	17	35,4
	Desarrollada	9	18,8
Total	48	100,0	
Actividades		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	8	16,7
	En exploración	10	20,8
	En inicio	3	6,3
	En proceso	22	45,8
	Desarrollada	5	10,4
Total	48	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**m) Nivel de autoestima y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 43 permite apreciar los resultados de la variable control de las universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 49.1% está en proceso, el 25.8% está desarrollada y el 3.5% se muestra indiferente. Para la dimensión compromiso, el 43.1% considera estar en proceso, el 27.2% considera estar desarrollada, y el 8.1% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión éxito, el 30.7% considera estar en inicio, el 29.0% considera estar en proceso, y el 9.9% valora estar indiferente. Y finalmente para la dimensión seguridad, el 45.6% considera estar en proceso, el 25.4% considera estar desarrollada y el 6.4% valora como indiferente.

Tabla 43

*Nivel de autoestima y sus dimensiones - universidades de la Región Apurímac*

Autoestima		Frecuencia	Porcentaje
AEAutoestima	Indiferente	10	3,5
	En exploración	26	9,2
	En inicio	35	12,4
	En proceso	139	49,1
	Desarrollada	73	25,8
	Total	283	100,0
Compromiso		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	23	8,1
	En exploración	26	9,2
	En inicio	35	12,4
	En proceso	122	43,1
	Desarrollada	77	27,2
Total	283	100,0	
Éxito		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	28	9,9
	En exploración	49	17,3
	En inicio	87	30,7
	En proceso	82	29,0
	Desarrollada	37	13,1
Total	283	100,0	
Seguridad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	18	6,4
	En exploración	30	10,6
	En inicio	34	12,0
	En proceso	129	45,6
	Desarrollada	72	25,4
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS



**n) Nivel de autoestima y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 44, permite apreciar los resultados de la variable control de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 49.5% está en proceso, el 30.3% está desarrollada y el 2.0% se muestra indiferente. Para la dimensión compromiso, el 40.4% considera estar en proceso, el 30.3% considera estar desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión éxito, el 42.4% considera estar en inicio, el 23.2% considera estar en proceso, y el 8.1% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión seguridad, el 39.4% considera estar en proceso, el 33.3% considera estar desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente.

Tabla 44

*Nivel de autoestima y sus dimensiones - UNAJMA*

UNAJMA		Frecuencia	Porcentaje
AEAutoestima	Indiferente	2	2,0
	En exploración	7	7,1
	En inicio	11	11,1
	En proceso	49	49,5
	Desarrollada	30	30,3
	Total	99	100,0
Compromiso		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
	En exploración	10	10,1
	En inicio	16	16,2
	En proceso	40	40,4
	Desarrollada	30	30,3
Total	99	100,0	
Éxito		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	8	8,1
	En exploración	14	14,1
	En inicio	42	42,4
	En proceso	23	23,2
	Desarrollada	12	12,1
Total	99	100,0	
Seguridad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	3	3,0
	En exploración	12	12,1
	En inicio	12	12,1
	En proceso	39	39,4
	Desarrollada	33	33,3
Total	99	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**o) Nivel de autoestima y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 45, permite apreciar los resultados de la variable control de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay., es la siguiente: el 49.3% está en proceso, el 26.5% está desarrollada y el 3.7% se muestra indiferente. Para la dimensión compromiso, el 47.1% considera estar en proceso, el 27.9% considera estar desarrollada, y el 4.4% valora estar en exploración. Por otro lado para la dimensión éxito, el 33.1% considera estar en proceso, el 25.0% considera estar en inicio, y el 8.8% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión seguridad, el 49.3% considera estar en proceso, el 24.3% considera estar desarrollada, y el 5.9% valora como indiferente.

Tabla 45

*Nivel de autoestima y sus dimensiones - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
AEAutoestima	Indiferente	5	3,7
	En exploración	8	5,9
	En inicio	20	14,7
	En proceso	67	49,3
	Desarrollada	36	26,5
	Total	136	100,0
Compromiso		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	13	9,6
	En exploración	6	4,4
	En inicio	15	11,0
	En proceso	64	47,1
	Desarrollada	38	27,9
Total	136	100,0	
Éxito		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	12	8,8
	En exploración	25	18,4
	En inicio	34	25,0
	En proceso	45	33,1
	Desarrollada	20	14,7
Total	136	100,0	
Seguridad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	8	5,9
	En exploración	10	7,4
	En inicio	18	13,2
	En proceso	67	49,3
	Desarrollada	33	24,3
Total	136	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**p) Nivel de autoestima y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 46, permite apreciar los resultados de la variable control de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 47.9% está en proceso, el 22.9% está en exploración y el 6.3% se muestra indiferente. Para la dimensión compromiso, el 37.5% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar en exploración, y el 8.3% valora estar en inicio. Por otro lado para la dimensión éxito, el 29.2% considera estar en proceso, el 22.9% considera estar en inicio, y el 10.4% valora estar desarrollada. Y finalmente para la dimensión seguridad, el 47.9% considera estar en proceso, el 16.7% considera estar en exploración, y el 8.3% valora estar en inicio.

Tabla 46

*Nivel de autoestima y sus dimensiones - UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
AEA autoestima	Indiferente	3	6,3
	En exploración	11	22,9
	En inicio	4	8,3
	En proceso	23	47,9
	Desarrollada	7	14,6
	Total	48	100,0
Compromiso		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	7	14,6
	En exploración	10	20,8
	En inicio	4	8,3
	En proceso	18	37,5
	Desarrollada	9	18,8
Total	48	100,0	
Éxito		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	8	16,7
	En exploración	10	20,8
	En inicio	11	22,9
	En proceso	14	29,2
	Desarrollada	5	10,4
Total	48	100,0	
Seguridad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	7	14,6
	En exploración	8	16,7
	En inicio	4	8,3
	En proceso	23	47,9
	Desarrollada	6	12,5
Total	48	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

**q) Nivel de riesgo y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 47, permite apreciar los resultados de la variable riesgo de las universidades de la Región Apurímac, es la siguiente: el 52.7% está en proceso, el 26.9% está desarrollada y el 4.2% se muestra indiferente. Para la dimensión emoción, el 46.6% considera estar en proceso, el 18.0% considera estar desarrollada, y el 7.4% valora como indiferente. Para la dimensión desafío, el 47.0% considera estar en proceso, el 18,7% se muestra estar en inicio, y el 8.5% valora como indiferente. Para la dimensión aventuras, el 45.2% considera estar en proceso, el 27.9% se muestra estar desarrollada, y el 7.4% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión asumir, el 45.6% considera estar en proceso, el 21.2% considera estar desarrollada, y el 7.8% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión comodidad, el 36.4% considera estar en proceso, el 25.4% considera estar en inicio, y el 10.2% valora como indiferente.

**r) Nivel de riesgo y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas**

En la tabla 48, permite apreciar los resultados de la variable riesgo de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 56.6% está en proceso, el 27.3% está desarrollada y el 2.0% se muestra indiferente. Para la dimensión emoción, el 50.5% considera estar en proceso, el 18.2% considera estar en inicio, y el 6.1% valora como indiferente. Para la dimensión desafío, el 47.5% considera estar en proceso, el 20.2% se muestra en inicio, y el 6.1% valora como indiferente. Para la dimensión aventuras, el 46.5% considera en proceso, el 24.2% se muestra como desarrollada, y el 3.0% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión asumir, el 43.4% considera estar en proceso, el 26.3% considera estar desarrollada, y el 2.0% valora como indiferente. Y finalmente para la dimensión comodidad, el 39.4% considera estar en proceso, el 27.3% considera estar en inicio, y el 5.1% valora como indiferente.

**s) Nivel de riesgo y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay**

En la tabla 49, permite apreciar los resultados de la variable riesgo de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, es la siguiente: el 51.5% está en proceso, el 30.9% está desarrollada y el 3.7% se muestra indiferente. Para la dimensión emoción, el 43.4% considera estar en proceso, el 22.8% considera estar desarrollada, y el 5.9% valora como indiferente. Para la dimensión desafío, el 50.0% considera estar en proceso, el 20.6% se muestra estar en inicio, y el 5.1% valora estar en exploración. Para la dimensión aventuras, el 44.9% considera estar en proceso, el 33.8% se muestra como desarrollada, y el 5.1% valora como indiferente. Por otro lado para la dimensión asumir, el 50.0% considera estar en proceso, el 20.6% considera estar desarrollada, y el 5.9% valora estar en exploración. Y finalmente para la dimensión comodidad, el 35.3% considera estar en proceso, el 29.4% considera estar en inicio, y el 9.6% valora como indiferente.

**t) Nivel de riesgo y sus dimensiones en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba**

En la tabla 50, permite apreciar los resultados de la variable riesgo de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es la siguiente: el 47.9% está en proceso, el 16.2% está en exploración y el 10.4% se muestra indiferente y en inicio respectivamente. Para la dimensión emoción, el 47.9% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar en exploración, y el 6.3% valora estar inicio. Para la dimensión desafío, el 37.5% considera estar en proceso, el 20.8% se muestra en exploración, y el 10.4% valora estar en inicio. Para la dimensión aventuras, el 43.8% considera estar en proceso, el 18.8% se muestra estar desarrollada, y el 6.3% valora estar en inicio. Por otro lado para la dimensión asumir, el 37.5% considera estar en proceso, el 20.8% considera estar indiferente, y el 12.5% valora estar desarrollada. Y finalmente para la dimensión comodidad, el 33.3% considera estar en proceso, el 22.9% considera estar indiferente, y el 10.4% valora como como en inicio.

Tabla 47

*Nivel de riesgo y sus dimensiones - universidades de la Región Apurímac*

Riesgo		Frecuencia	Porcentaje
AERiesgo	Indiferente	12	4,2
	En exploración	20	7,1
	En inicio	26	9,2
	En proceso	149	52,7
	Desarrollada	76	26,9
	Total	283	100,0
Emoción		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	21	7,4
	En exploración	34	12,0
	En inicio	45	15,9
	En proceso	132	46,6
	Desarrollada	51	18,0
Total	283	100,0	
Desafío		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	24	8,5
	En exploración	26	9,2
	En inicio	53	18,7
	En proceso	133	47,0
	Desarrollada	47	16,6
Total	283	100,0	
Aventuras		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	21	7,4
	En exploración	24	8,5
	En inicio	31	11,0
	En proceso	128	45,2
	Desarrollada	79	27,9
Total	283	100,0	
Asumir		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	22	7,8
	En exploración	24	8,5
	En inicio	48	17,0
	En proceso	129	45,6
	Desarrollada	60	21,2
Total	283	100,0	
Comodidad		Frecuencia	Porcentaje
	Indiferente	29	10,2
	En exploración	36	12,7
	En inicio	72	25,4
	En proceso	103	36,4
	Desarrollada	43	15,2
Total	283	100,0	

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 48

*Nivel de riesgo y sus dimensiones - UNAJMA*

UNAJMA		Frecuencia	Porcentaje
AERiesgo	Indiferente	2	2,0
	En exploración	5	5,1
	En inicio	9	9,1
	En proceso	56	56,6
	Desarrollada	27	27,3
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Emoción	Indiferente	6	6,1
	En exploración	10	10,1
	En inicio	18	18,2
	En proceso	50	50,5
	Desarrollada	15	15,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Desafío	Indiferente	6	6,1
	En exploración	9	9,1
	En inicio	20	20,2
	En proceso	47	47,5
	Desarrollada	17	17,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Aventuras	Indiferente	3	3,0
	En exploración	10	10,1
	En inicio	16	16,2
	En proceso	46	46,5
	Desarrollada	24	24,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Asumir	Indiferente	2	2,0
	En exploración	9	9,1
	En inicio	19	19,2
	En proceso	43	43,4
	Desarrollada	26	26,3
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	Indiferente	5	5,1
	En exploración	9	9,1
	En inicio	27	27,3
	En proceso	39	39,4
	Desarrollada	19	19,2
	Total	99	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 49

*Nivel de riesgo y sus dimensiones - UNAMBA sede Abancay*

UNAMBA ABANCAY		Frecuencia	Porcentaje
AERiesgo	Indiferente	5	3,7
	En exploración	7	5,1
	En inicio	12	8,8
	En proceso	70	51,5
	Desarrollada	42	30,9
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Emoción	Indiferente	8	5,9
	En exploración	14	10,3
	En inicio	24	17,6
	En proceso	59	43,4
	Desarrollada	31	22,8
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Desafío	Indiferente	9	6,6
	En exploración	7	5,1
	En inicio	28	20,6
	En proceso	68	50,0
	Desarrollada	24	17,6
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Aventuras	Indiferente	10	7,4
	En exploración	7	5,1
	En inicio	12	8,8
	En proceso	61	44,9
	Desarrollada	46	33,8
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Asumir	Indiferente	10	7,4
	En exploración	8	5,9
	En inicio	22	16,2
	En proceso	68	50,0
	Desarrollada	28	20,6
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	Indiferente	13	9,6
	En exploración	18	13,2
	En inicio	40	29,4
	En proceso	48	35,3
	Desarrollada	17	12,5
	Total	136	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS



Tabla 50

*Nivel de riesgo y sus dimensiones - UNAMBA filial Tambobamba*

UNAMBA TAMBOBAMBA		Frecuencia	Porcentaje
AERiesgo	Indiferente	5	10,4
	En exploración	8	16,7
	En inicio	5	10,4
	En proceso	23	47,9
	Desarrollada	7	14,6
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Emoción	Indiferente	7	14,6
	En exploración	10	20,8
	En inicio	3	6,3
	En proceso	23	47,9
	Desarrollada	5	10,4
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Desafío	Indiferente	9	18,8
	En exploración	10	20,8
	En inicio	5	10,4
	En proceso	18	37,5
	Desarrollada	6	12,5
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Aventuras	Indiferente	8	16,7
	En exploración	7	14,6
	En inicio	3	6,3
	En proceso	21	43,8
	Desarrollada	9	18,8
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Asumir	Indiferente	10	20,8
	En exploración	7	14,6
	En inicio	7	14,6
	En proceso	18	37,5
	Desarrollada	6	12,5
	Total	48	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	Indiferente	11	22,9
	En exploración	9	18,8
	En inicio	5	10,4
	En proceso	16	33,3
	Desarrollada	7	14,6
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

#### **4.1.4 Análisis descriptivo de los niveles de la actitud emprendedora**

##### **a) Nivel de actitud emprendedora en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac**

En la tabla 51, permite apreciar el nivel de actitud emprendedora en los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac, presenta el siguiente resultado: el 65.4% está en proceso, el 15.9% está desarrollada, y el 3.2% se muestra indiferente. El nivel de actitud emprendedora en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional José María Arguedas, es la siguiente: el 67.7% está en proceso, el 16.2% está desarrollada, y el 1.0% se muestra indiferente. El nivel de actitud emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas sede Abancay, presenta el siguiente resultado: el 68.4% está en proceso, el 16.9% está desarrollada, y el 3.7% se muestra indiferente. El nivel de actitud emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas filial Tambobamba, es el siguiente: el 52.1% está en proceso, el 22.9% está en exploración, y el 6.3% se muestra indiferente y en inicio.

Tabla 51

*Nivel de actitud emprendedora - universidades de la Región Apurímac*

		Frecuencia	Porcentaje
Actitud Emprendedora en las universidades de la Región Apurímac	Indiferente	9	3,2
	En exploración	24	8,5
	En inicio	20	7,1
	En proceso	185	65,4
	Desarrollada	45	15,9
	Total	283	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Actitud Emprendedora en la UNAJMA	Indiferente	1	1,0
	En exploración	6	6,1
	En inicio	9	9,1
	En proceso	67	67,7
	Desarrollada	16	16,2
	Total	99	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Actitud Emprendedora en la UNAMBA SEDE ABANCA Y	Indiferente	5	3,7
	En exploración	7	5,1
	En inicio	8	5,9
	En proceso	93	68,4
	Desarrollada	23	16,9
	Total	136	100,0
		Frecuencia	Porcentaje
Actitud Emprendedora en la UNAMBA FILIAL TAMBOBAMBA	Indiferente	3	6,3
	En exploración	11	22,9
	En inicio	3	6,3
	En proceso	25	52,1
	Desarrollada	6	12,5
	Total	48	100,0

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SPSS

Tabla 52

*Indicadores de Fiabilidad y Confianza del Modelo Propuesto*

VARIABLES INDEPENDIENTES	ÍTEMS	CARGAS (λ)	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD COMPUESTA	VARIANZA EXTRAÍDA MEDIA (AVE)
Modelos de referencia primaria	REMP1	0.842	0.743	0.882	0.789
	REMP1	0.932			
Modelos de referencia secundaria	REMS1	0.871	0.834	0.901	0.751
	REMS2	0.881			
	REMS3	0.848			

VARIABLES INDEPENDIENTES	ÍTEMS	CARGAS (λ)	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD COMPUESTA	VARIANZA EXTRAÍDA MEDIA (AVE)
Expectativa de Trabajo	ET1	0.736	0.753	0.84	0.569
	ET2	0.820			
	ET3	0.712			
	ET4	0.744			
Ambiente universitario	AU1	0.822	0.914	0.93	0.727
	AU2	0.870			
	AU3	0.854			
	AU4	0.847			
	AU5	0.869			

VARIABLES DEPENDIENTES	ÍTEMS	CARGAS (λ)	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD COMPUESTA	VARIANZA EXTRAÍDA MEDIA (AVE)
AELogro	L1	0.815	0.906	0.931	0.729
	L2	0.724			
	L3	0.843			
	L4	0.860			
	L5	0.859			
AEInnovación	I1	0.860	0.925	0.941	0.728
	I2	0.780			
	I3	0.805			
	I4	0.855			
	I5	0.877			
	I6	0.784			
AEControl	C1	0.743	0.827	0.885	0.66
	C2	0.838			
	C3	0.743			
	C4	0.688			

VARIABLES DEPENDIENTES	ÍTEMS	CARGAS (λ)	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD COMPUESTA	VARIANZA EXTRAÍDA MEDIA (AVE)
AEAutoestima	A1	0.821	0.799	0.881	0.714
	A2	0.591			
	A3	0.835			
AERiesgo	R1	0.728	0.866	0.904	0.654
	R2	0.787			
	R3	0.806			
	R4	0.819			
	R5	0.602			

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

Tabla 53

*Regla de decisiones para indicadores de fiabilidad confiabilidad*

	CARGAS ( $\lambda$ )	ALFA DE CRONBACH	FIABILIDAD COMPUESTA	VARIANZA EXTRAÍDA MEDIA (AVE)
Regla de decisión	$\lambda \geq 0.50$	Alfa $\geq 0.70$	FC $\geq 0.70$	AVE $\geq 0.55$

*Fuente:* Carmines y Zeller (1979), (Bagozzi y Yi, 1988) y (Bagozzi y Yi, 1988).

En la tabla 52, permite apreciar la fiabilidad individual de las variables asociadas al modelo. La fiabilidad del constructo fue medida utilizando el Alpha de Cronbach, no obstante, se utilizó la Fiabilidad Compuesta, ambas medidas se encuentran sobre 0.7, lo que permite comprobar que existe fiabilidad de los constructos. La validez convergente del constructo se valoró a través de la varianza media extraída (AVE), el cual mide que la varianza del constructo se pueda explicar a través de los indicadores elegidos, los valores obtenidos son a partir de 0.569 y es mayor a la regla de decisión  $AVE \geq 0.55$ , lo que nos permiten afirmar que existe validez convergente.

Tabla 54

*Matriz de correlaciones y validez discriminante*

	Actitud Emprendedora	Ambiente Universitario	Expectativa de Trabajo	Modelos de referencia primaria	Modelos de referencia secundaria
Actitud Emprendedora	<b>0.789</b>				
Ambiente Universitario	0.562	<b>0.853</b>			
Expectativa de Trabajo	0.626	0.515	<b>0.754</b>		
Modelos de referencia primaria	0.300	0.315	0.281	<b>0.888</b>	
Modelos de referencia secundaria	0.500	0.527	0.473	0.397	<b>0.867</b>

*Fuente:* Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SMARTPLS

En la tabla 54, se puede apreciar la validez discriminante el cual consiste en la raíz cuadrada de AVE para cada constructo debe ser mayor a todas las correlaciones que

éste tiene con el resto de constructos, asimismo las correlaciones entre los distintos factores que componen el modelo no deben ser superiores a 0.8. Se puede verificar que, para el presente estudio, esto se cumple para cada uno de los constructos, por lo que se confirma la validez discriminante. Como consecuencia de que todas las pruebas realizadas anteriormente han resultado positivas, se puede afirmar que el modelo de medida utilizado resulta válido y fiable.

#### 4.1.5 Análisis de los objetivos

En la tabla 55 se muestran los valores del coeficiente path estimados de la relación de causalidad.

Tabla 55

*Coefficientes path estimados (coeficientes de regresión estandarizados)*

Relación de causalidad entre los constructos	Coefficientes path estimados ( $\beta$ )
Modelos de Referencia Primaria $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.043
Modelos de Referencia Secundaria $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.155
Expectativa de Trabajo $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.408
Ambiente Universitario $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.257

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

##### a) Objetivo específico 1

OE1: Determinar la influencia del factor modelos de referencia primaria en la actitud emprendedora de los estudiantes.

Como se puede observar en la tabla 55, la relación entre los constructos modelos de referencia primaria  $\rightarrow$  Actitud emprendedora es débil (0.043), del valor obtenido se puede afirmar que existe una relación de causalidad entre los constructos pero débil ya que se aproxima a cero.

**b) Objetivo específico 2**

OE2: Determinar la influencia del factor modelos de referencia secundaria en la actitud emprendedora de los estudiantes.

Como se puede observar en la tabla 55, la relación entre los constructos modelos de referencia secundaria → Actitud emprendedora es débil (0.155), del valor obtenido se puede afirmar que existe una relación de causalidad entre los constructos pero débil ya que se aproxima a cero.

**c) Objetivo específico 3**

OE3: Determinar la influencia del factor expectativa de trabajo en la actitud emprendedora de los estudiantes.

Como se puede observar en la tabla 55, la relación entre los constructos expectativa de trabajo → Actitud emprendedora es moderada (0.408), del valor obtenido se puede afirmar que existe una relación de causalidad entre los constructos, por lo que se determina la influencia de la expectativa de trabajo sobre la actitud emprendedora.

**d) Objetivo específico 4**

OE4: Determinar la influencia del factor ambiente universitario en la actitud emprendedora de los estudiantes.

Como se puede observar en la tabla 55, la relación entre los constructos ambiente universitario → Actitud emprendedora es moderada (0.257), del valor obtenido se puede afirmar que existe una relación de causalidad entre los constructos, por lo que se determina la influencia del ambiente de universitario sobre la actitud emprendedora.

**e) Objetivo general**

OG: Determinar los factores, modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario influye en la actitud emprendedora

de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018.

De lo descrito anteriormente, tal como se puede observar en la tabla 55, los factores que influyen en la actitud emprendedora son expectativa de trabajo (0.408) y el ambiente universitario (0.257) por presentar coeficientes moderados. Mientras que los factores modelos de referencia (primaria (0.043) y secundaria (0.155)) presentan valores débiles, por lo que no se acepta su influencia.

#### 4.1.6 Contrastación de hipótesis

Tabla 56

*Contraste de hipótesis*

Hipótesis	Relación de causalidad	Coefficientes path estimados ( $\beta$ )	Estadísticos t	P-valores	Decisión
Hipótesis1	Modelos de Referencia Primaria $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.043	0.912	0.362	Rechazada
Hipótesis2	Modelos de Referencia Secundaria $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.155	2.992	0.003	Rechazada
Hipótesis3	Expectativa de Trabajo $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.408	8.624	0.000	Aceptada
Hipótesis4	Ambiente Universitario $\rightarrow$ Actitud Emprendedora	0.257	4.806	0.000	Aceptada

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de SMARTPLS

Tabla 57

*Regla de decisiones para contrastar hipótesis*

	Coefficientes path estimados ( $\beta$ )	Estadísticos t	P-valores	$R^2$	$Q^2$
Regla de decisión	$\beta \geq 0.20$	$t \geq 1.96$	$p \leq 0.05$	$R^2 \geq 0.30$	$Q^2 > 0$

Fuente: (Chin, 1998), (Hair et al., 2011 y (Geisser, 1974; Stone, 1974).

##### a) Contrastación de hipótesis específico 1

HE1: El factor modelos de referencia primaria influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.



HE0: El factor modelos de referencia primaria no influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

En la tabla 56 y figura 2, se observa que los valores de modelos de referencia primaria y la actitud emprendedora en la relación de causalidad presenta los siguientes resultados: el coeficiente path ( $0.043 < 0.20$ ), el estadístico t ( $0.912 < 1.96$ ) y el p-valor ( $0.362 > 0.05$ ), de acuerdo a la regla de decisiones para contrastar hipótesis (tabla 57), no cumple con las tres condiciones, por lo que no se puede rechazar la hipótesis nula y no se puede demostrar la hipótesis del investigador que sea cierta. Por lo tanto los modelos de referencia primaria no influyen de manera directa en la actitud emprendedora.

#### **b) Contrastación de hipótesis específico 2**

HE2: El factor modelos de referencia secundaria influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

HE0: El factor modelos de referencia secundaria no influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

En la tabla 56 y figura 2, se observa que los valores de modelos de referencia secundaria y la actitud emprendedora en la relación de causalidad presenta los siguientes resultados: el coeficiente path ( $0.155 < 0.20$ ), el estadístico t ( $2.992 > 1.96$ ) y el p-valor ( $0.003 < 0.05$ ), de acuerdo a la regla de decisiones para contrastar hipótesis (tabla 57), solo cumple una condición y las dos criterios, por lo que no se puede rechazar la hipótesis nula y no se puede demostrar la hipótesis del investigador que sea cierta. Por lo tanto los modelos de referencia secundaria no influyen de manera directa en la actitud emprendedora.

#### **c) Contrastación de hipótesis específico 3**

HE3 El factor expectativa de trabajo influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

HE0 El factor expectativa de trabajo no influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

En la tabla 56 y figura 2, se observa que los valores de expectativa de trabajo y la actitud emprendedora en la relación de causalidad presenta los siguientes resultados: el coeficiente path ( $0.408 > 0.20$ ), el estadístico t ( $8.624 > 1.96$ ) y el p-valor ( $0.000 < 0.05$ ), de acuerdo a la regla de decisiones para contrastar hipótesis (tabla 57), cumple con las tres condiciones del criterio, por lo que se rechaza la hipótesis nula; y nos quedamos con la hipótesis de investigación. Por lo tanto el factor expectativa de trabajo influye de positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora.

#### **d) Contratación de hipótesis específico 4**

HE4: El factor ambiente universitario influye de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

HE0: El factor ambiente universitario no influye de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.

En la tabla 56 y figura 2, se observa que los valores de ambiente universitario y la actitud emprendedora en la relación de causalidad presenta los siguientes resultados: el coeficiente path ( $0.257 > 0.20$ ), el estadístico t ( $4.806 > 1.96$ ) y el p-valor ( $0.000 < 0.05$ ), de acuerdo a la regla de decisiones para contrastar hipótesis (tabla 57), cumple con las tres condiciones del criterio, por lo que se rechaza la hipótesis nula; y nos quedamos con la hipótesis de investigación. Por lo tanto el factor ambiente universitario influye de positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora.

#### **e) Contratación de hipótesis general**

HG: Los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018.

HG0: Los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario no influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018.

En la tabla 56 y figura 2, y el análisis de las hipótesis específicas, podemos afirmar que no podemos rechazar la hipótesis nula de los constructos modelos de referencia (primaria y secundaria), al no haber alcanzado valores aceptables del criterio de decisión (tabla 57), para las variables expectativa de trabajo y ambiente universitario; se rechaza las hipótesis nulas; y nos quedamos con las hipótesis de investigación. Por lo tanto los factores que influyen en la actitud emprendedora son expectativa de trabajo y ambiente universitario.

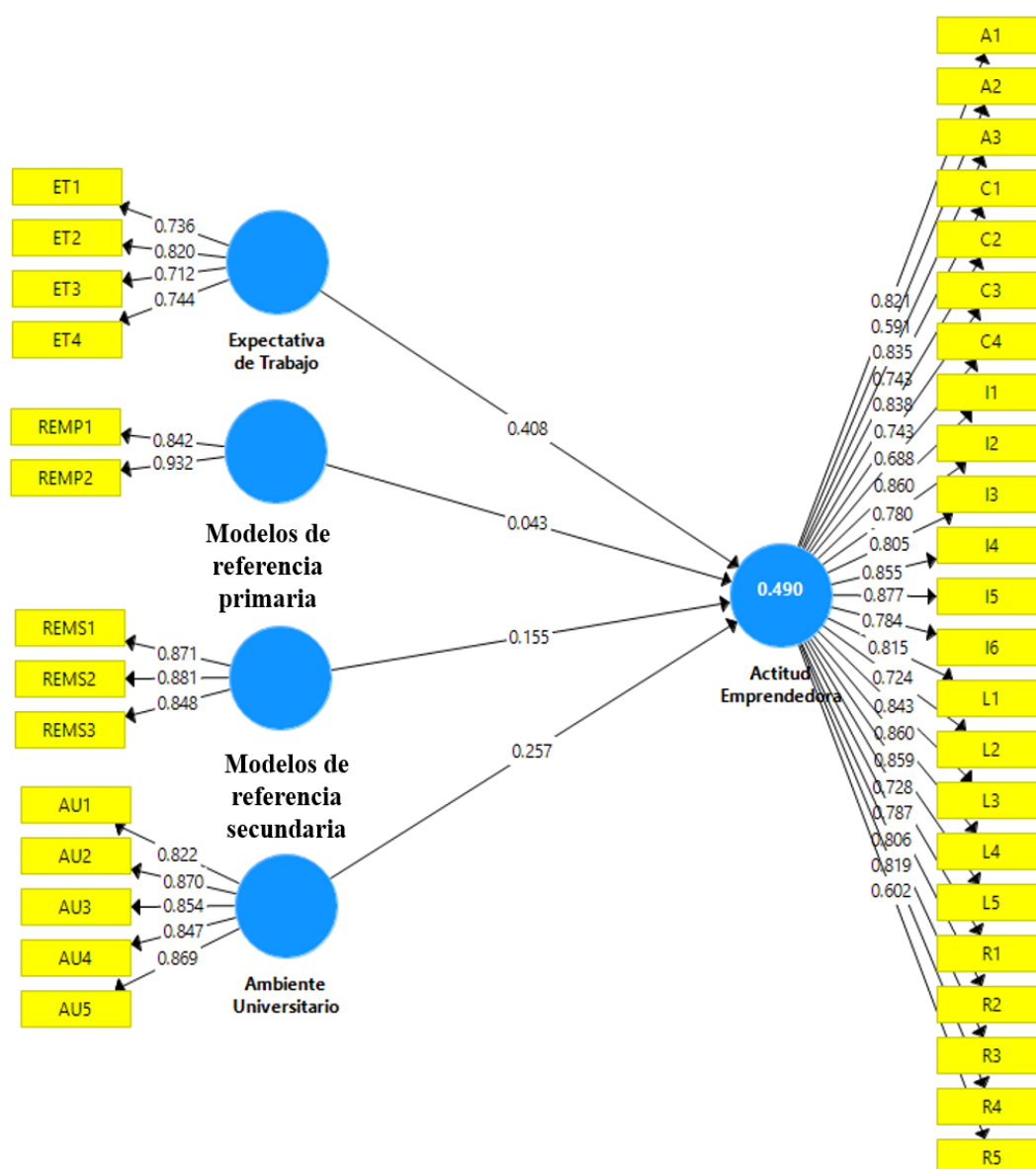


Figura 2. Resultado del modelo propuesto – Actitud Emprendedora

Fuente: Marco teórico de la actitud emprendedora a partir de los reportes obtenidos de SMARTPLS

Tabla 58

Resumen de resultados de análisis de datos para  $R^2$  y  $Q^2$

	$R^2$	$Q^2$
Actitud Emprendedora	0.490	0.274

Fuente: Datos del estudio a partir de los reportes obtenidos de *SMARTPLS*

En la tabla 58 figura 2, se aprecia que de acuerdo a los valores obtenidos y el cumplimiento de las reglas de decisión; los factores que influyen en la actitud emprendedora son la expectativa de trabajo y el ambiente universitario de manera positiva y significativa. Y los factores que no influyen son el referente empresarial modelo primario y secundario.

Con respecto al modelo estructural y la contrastación de hipótesis general, se utilizó en primer lugar como criterio principal para la evaluación del modelo estructural es la cantidad de la varianza explicada  $R^2$ . En la figura 2, se aprecia que el valor de  $R^2$  explica en un 49% la actitud emprendedora, Por lo tanto, se puede señalar que el modelo sí refleja la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac. Por otra parte, se realizó una evaluación del modelo estructural en su capacidad para predecir, la cual se mide a través del test Stone-Geisser  $Q^2$ , si  $Q^2$  es mayor que 0 esto implica que el modelo tiene relevancia predictiva. Como se puede apreciar en la Tabla 66, el valor de  $Q^2$  obtenido tiene signo positivo y es mayor, lo que confirma la relevancia predictiva de los constructo exógenos sobre el constructo endógeno. Es decir, que es posible predecir el comportamiento del constructo endógeno en este caso actitud emprendedora, a partir de los constructos exógenos.

## CONCLUSIONES

El objetivo principal de investigación fue determinar los factores que resultan influye en la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las Universidades de la Región Apurímac. El estudio permite identificar las relaciones de causalidad entre los factores que integran el modelo estructural propuesto (Ver figura 2).

- Los resultados obtenidos en el estudio muestran que los modelos de referencia primaria respecto a la actitud emprendedora no presentan una relación de causalidad. Por tanto estos factores no anteceden directamente en la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de la Región Apurímac. Asimismo la valoración a este factor y a sus variables (padres y otros miembros de la familia) es considerada como de poca importancia. Por lo que este factor no es fuente de inspiración en su actitud emprendedora.
- Asimismo los resultados obtenidos en el estudio muestran que los modelos de referencia secundaria respecto a la actitud emprendedora no presentan una relación de causalidad. Por tanto estos factores no anteceden directamente en la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de la Región Apurímac. Asimismo la valoración a este factor y a sus variables (amigos, compañeros, profesores) es considerada como importante. Por lo que este factor es fuente de inspiración en su actitud emprendedora; pero su influencia es muy débil.
- Mientras que el factor expectativa de trabajo resulta ser antecedente de la actitud emprendedora de los estudiantes de administración; por lo que este factor explica la actitud emprendedora. Asimismo la valoración a este factor es considera como importante, de la misma forma para las variables (en el sector privado, como

empresario, y en actividades sin fines de lucro) es considerada como importante, muy importante y moderadamente importante respectivamente, mientras que la variable (en el sector público) es valorado como de poca importancia. Por lo que la variable como empresario se exterioriza en la actitud emprendedora.

- Además, el ambiente universitario de acuerdo a los resultados obtenidos; es un antecedente de la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las universidades de la Región Apurímac. Asimismo la valoración a este factor es considera como importante, de la misma forma para las variables (programas, asignaturas, incentivos y difusión de programas de emprendimiento) es considerada como importante, mientras que la variable (unidad de apoyo a la incubación) es valorado como moderadamente importante. Por lo que las universidades involucradas deben articular mejor los aspectos relacionados a la actitud emprendedora.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que la variable modelos de referencia (primaria y secundaria) para posteriores estudios; se considere como antecedentes indirectos de la actitud emprendedora, es decir como antecedentes de otros constructos, para ver la influencia de estas variables.

- En relación a la expectativa de trabajo se recomienda, que en su proceso de formación universitaria se implemente y fortalezca los centros de emprendimiento como una alternativa de autoempleo y generar trabajo, para cuando egresen de la universidad.
- En lo referido al ambiente universitario se sugiere implementar programas, incentivos y unidades de apoyo al emprendimiento por etapas, por lo que se plantea lo siguiente: emprendimiento en exploración (III, IV y V semestre), emprendimiento en inicio (VI, VII, VII semestre), emprendimiento en proceso (IX semestre) y emprendimiento en desarrollo (X semestre y un año de seguimiento cuando egresen). Fomentar estas actividades mediante concursos, talleres, consultoría, asistencia técnica, ferias de manera articulada en su proceso de formación. Así mismo se esboza implementar clínicas de negocios por áreas (innovación empresarial, marketing, operaciones, finanzas, talento humano y formación de negocios); cada área con un responsable que permita viabilizar y fortalecer la idea. Y aprovechar lo establecido en la ley N° 30220 Ley Universitaria, en el que señala en el artículo 52, la responsabilidad de promover la iniciativa de los estudiantes para la creación de pequeñas y microempresas de propiedad de los estudiantes, brindando asesoría o facilidades en el uso de los equipos e instalaciones de la institución, de acuerdo al contexto de cada región.

- En este sentido, es necesario profundizar en el estudio complementando con nuevos constructos que permitan incrementar los niveles de la varianza explicada ( $R^2$ ), asimismo efectuar estudios comparativos con otras escuelas profesionales y realizar estudios longitudinales para profundizar el comportamiento de la actitud emprendedora.



## BIBLIOGRAFÍA

- Aignerren, M. (2007). Técnicas de medición por medio de escalas. *Centros de Estudios de Opinión*, 1–25.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. EnglewoodCliffs NY Prentice Hall. <https://doi.org/Z>
- Alcántara, J. A. (1988). *Cómo educar las actitudes*. Ceac. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=216366>
- Arias, A. V., Restrepo, I. M., & Restrepo, A. M. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*. <https://doi.org/10.3926/ic.730>
- Ayala, R. E., Llanos, O. M., Flores, A. M., & Muñoz, B. C. (2016). Comparative study of entrepreneurial intentions in university students: case study Civil Industrial Engineering, Arturo Prat University. *Ciencia Amazonica*, 6(1), 48–62.
- Ayerbe, M., & Buenetxea, E. (2000). *La cultura del trabajo y la actitud emprendedora en el ámbito profesional de la C.A.P.V. Cuadernos Sociológicos Vascos*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. (Vol. 3). Retrieved from [http://www.izenpe.eus/contenidos/documentacion/cuaderno\\_sociologico\\_vasco\\_3/es\\_cu\\_soc3/adjuntos/csv3.pdf](http://www.izenpe.eus/contenidos/documentacion/cuaderno_sociologico_vasco_3/es_cu_soc3/adjuntos/csv3.pdf)
- Barrera, E. (2017). Actitudes y orientación emprendedora de estudiantes universitarias/os: Un estudio exploratorio en la Facultad de Ciencias de la Educación, 17–58.
- Barriga, S., González, B., Cantero, F. J., León, J. M., Gómez, T., & Medina, S. (1998). *Psicología social: orientaciones teóricas y ejercicios prácticos*. McGraw-Hill. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=5085>
- Blackman, A. J. (2003). *Entrepreneurs: Interrelationships between their characteristics, values, expectations, management practices and SME performance*. Griffith

- university*. <https://doi.org/10.1075/tufs.4.18rac>
- Branden, N. (1993). Cómo mejorar su autoestima. In *El poder de la autoestima* (Paidós, pp. 1–64). Retrieved from <https://www.ttmib.org/documentos/Branden-Autoestima.pdf>
- Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M., & Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management and Innovation*. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007>
- Cantillon, R. (1997). *Essai sur la nature du commerce en général: réimpression de l'édition de 1952, fondée sur le texte original de 1755, avec des études et commentaires revus et augmentés*. Institut national d'études démographiques. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=-N8a\\_Ri6AfsC&oi=fnd&pg=PR1&dq="Première+partie"+en+Essai+sur+la+nature+du+commerce+en+général.&ots=S6j1yyN1M-&sig=Bv1JudC0NaKjeLzurL-PbAA3foM#v=onepage&q="Première+partie"+en+Essai+sur+la+nature+du+commerce+en+général.&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=-N8a_Ri6AfsC&oi=fnd&pg=PR1&dq=)
- Chávez, E., & Suárez, J. (2017). Inteligencia emocional e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, filiales Lima, Juliaca y Tarapoto, 2016-II. *Universidad Peruana Unión*, 141. Retrieved from <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/409>
- Cordón, P. E., Rubio, L. E. A., & Agote, M. A. L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas un modelo explicativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, ISSN 1019-6838, Vol. 8, Nº 3, 1999, Págs. 37-52, 8(3), 37–52. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=497565>
- De Vries, M. F. R. K. (1977). THE ENTREPRENEURIAL PERSONALITY: A PERSON AT THE CROSSROADS. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1977.tb00616.x>
- Díaz, M. E. (2002). El factor actitudinal en la atención a la diversidad. *Revista de Currículum y Formación Del Profesorado*, 6(1947), 1–2. Retrieved from <https://www.ugr.es/~recfpro/rev61COL3.pdf>
- Drucker, P. (1993). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. *Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Duarte, S. (2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en

- científicos del Paraguay. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 8(23), 67–87.
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*. <https://doi.org/10.21501/22161201.1528>
- Espíritu, O. R., & Sastre, C. M. Á. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 17, 95–116. <https://doi.org/>
- Espíritu, R., & Sastre, M. A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. <https://doi.org/10.5209/CESE.10265>
- Estrada, M., Solves, M., & Gómez, J. M. (2016). El entorno universitario como generador de capacidades emprendedoras: un análisis de percepciones. *XIV Jornadas de Redes de Investigación En Docencia Universitaria*, 21. Retrieved from <https://web.ua.es/es/ice/jornadas-redes-2016/documentos/tema-4/806575.pdf>
- Fernández Laviada, A., Rueda Sampedro, I., & Herrero Crespo, Á. (2011). Estudio de la Actitud Emprendedora de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cantabria. *XVI CONGRESO AECA: “Nuevo Modelo Económico: Empresa, Mercados y Culturas.”*
- Fontaines Ruiz, T., Palomo de Rivero, M., Velásquez, M. V., & Aguirre Benálcazar, M. (2016). Actitud emprendedora : ¿ qué es ? ¿ De qué se compone ?, (December 2017).
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*, 1439(1033), 38. [https://doi.org/https://scholar.google.es/scholar?q=el+concepto+de++emprendimiento+y+su+relaci%C3%B3n+con+la+educaci%C3%B3n&btnG=&hl=es&as\\_sdt=0%2C5](https://doi.org/https://scholar.google.es/scholar?q=el+concepto+de++emprendimiento+y+su+relaci%C3%B3n+con+la+educaci%C3%B3n&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5)
- Furnham, A. (1995). *Personalidad y diferencias individuales en el trabajo*. Pirámide. Retrieved from [https://books.google.com.pe/books/about/Personalidad\\_y\\_diferencias\\_individuales.html?id=obHWPAAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/Personalidad_y_diferencias_individuales.html?id=obHWPAAACAAJ&redir_esc=y)
- García-Cabrera, A., Déniz-Déniz, M., & Cuéllar-Molina, D. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieep>

- González, L. C., & Martínez, C. P. (2016). Expectativas de futuro laboral del universitario de hoy: un estudio internacional. *Revista de Investigacion Educativa*, 34(1), 167–183. <https://doi.org/10.6018/rie.34.1.232071>
- Guerrero, M., Gonzales, J. L., Peña, I., Hoyos, J., Saiz, M., Gonzales, N., & Urbano, D. (2015). *Goblal Entrepreneurship Monitor, Comunidad Autónoma del País Vasco: Informe Ejecutivo 2015*.
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A., Ruiz-Navarro, J., Neira, I., & Fernández-Laviada, A. (2016). *Perfil Emprendedor del Estudiante Universitario*. Retrieved from <http://www.cise.es/gem/Informe-Observatorio-Emprendimiento-Universitario.pdf>
- Harvey, S., & Keashly, L. (2003). Predicting the Risk for Aggression in the Workplace: Risk Factors, Self-Esteem and Time At Work. *Social Behavior and Personality: An International Journal*. <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.8.807>
- Hernández, C., & Arano, R. M. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*.
- Hernandez, S. R., Fernandez, C. C., & Baptista, L. M. del P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc. Graw Hill Education. <https://doi.org/-> ISBN 978-92-75-32913-9
- Ibañez, A. (2002). *Actitudes Emprendedoras de los estudiantes universitarios. Medición y Propuestas de Actuación*.
- Ibañez, A., San Sebastián, P., Fernández, I., Marigil, O., & Iglesias, A. (2011). Ibañez, A.; San Sebastián,P.; Fernández,I; Marigil,O. & Iglesias,A. (2011): “Are there gender differences in students’ entrepreneurial profile?” HAN Business Publications International eds.
- Jiménez, F. (1991). *Psicología social*. Ediciones Académicas.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*.
- Liseras, N., Gennero de Rearte, A., & Graña, F. (2003). Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios.
- Loli, A., Aliaga, J., Del Carpio, J., Vergara, A., & Aliaga, R. (2011). Actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de la Universidad Nacional Agraria-La Molina. *Rev. Investig. Psicol*, 14(1), 209–234. Retrieved from [http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S1609-74752011000100013&script=sci\\_arttext](http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S1609-74752011000100013&script=sci_arttext)
- Mas Velasco, J. (2008). Actitud Emprendedora. Retrieved from

- [http://www.crearmas.com/udocumentos/actitud\\_emprendedora.pdf](http://www.crearmas.com/udocumentos/actitud_emprendedora.pdf)
- McCarthy, B. (2003). The Impact of the Entrepreneur's Personality on the Strategy-Formation and Planning Process in SMEs. *Irish Journal of Management*, 24, 154–173. <https://doi.org/10.1177/097135570000900103>
- McClelland, D. (1961). Entrepreneurial Behavior. *The Achieving Society*. <https://doi.org/10.1037/007291>
- Morales, P. (2006). *Medición de actitudes en psicología y educación : construcción de escalas y problemas metodológicos*. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-medicion-de-actitudes-en-psicologia-y-educacion-3-ed/9788484681908/1086221>
- Moreno, S., & Egusquiza, C. (2017). *Características emprendedoras en alumnos de últimos ciclos de la Carrera de Administración de Empresas de una Universidad privada de Lima*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Naigeboren, M., Caram, G., & Gil De Asar, M. (2009). Motivación Y Expectativas Laborales En Alumnos Motivación Y Expectativas Universitarios, 336–338.
- Ortego, M. del C., López, S., & Álvarez, M. L. (2007). Las actitudes. *Ciencias Psicosociales I*, 1(4), 1–29. Retrieved from [http://ocw.unican.es/ciencias-de-la-salud/ciencias-psicosociales-i/pdf-reunidos/tema\\_04.pdf](http://ocw.unican.es/ciencias-de-la-salud/ciencias-psicosociales-i/pdf-reunidos/tema_04.pdf)
- Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Econ. Gest. Desarro.*, (1), 9–26.
- Pinchot, G. (1987). Innovation Through Intrapreneuring. *Research Management*. <https://doi.org/10.1080/00345334.1987.11757021>
- Portal PQS Para Quitarse el Sombrero. (2018). ¿Sabías qué? Conoce el origen de la palabra 'emprendimiento' | Emprendimiento. Retrieved September 19, 2018, from <https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/sabias-que-conoce-el-origen-de-la-palabra-emprendimiento>
- Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores - PDF. Retrieved September 26, 2018, from <https://docplayer.es/8276352-Generacion-de-competencias-en-jovenes-emprendedores.html>
- Ramírez, J. M., Almanza, M. A., & Negrete, C. V. (2012). La actitud emprendedora en la Universidad de Guanajato, Mexico, 1–73.
- Robinson, P. B., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). Entrepreneurial Research on Student Subjects Does Not Generalize to Real World Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*.

- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (2011). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/104225879101500405>
- Rodríguez, A. R. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*. <https://doi.org/10.10100101.01010100>
- Rodríguez, A., & Seoane, J. (1989). *Creencias, actitudes y valores*. Alhambra. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-creencias-actitudes-y-valores-tratado-de-psicologia-general-t-7/9788420519135/72860>
- Rodríguez, I. D., & Vega, J. A. (2016). La educación para el emprendimiento en el sistema educativo español. Año 2015, 137. <https://doi.org/030-16-017-X>
- Schumpeter, J. (1967). *Explorations in Enterprise*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Retrieved from <https://ostromworkshop.indiana.edu/library/node/66161>
- Schumpeter, J. A. (1993). *Economic Theory and Entrepreneurial History*. Joseph Alois Schumpeter. [https://doi.org/10.1007/0-306-48082-4\\_3](https://doi.org/10.1007/0-306-48082-4_3)
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. Retrieved from [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1497759](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759)
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formacion Universitaria*. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Tarapuez, C. E. (2016). Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). *The Cultural Dimensions of Geert Hofstede and the Entrepreneurial Intention in University Students of Quindío (Colombia)*, (41), 60–90.
- Tarapuez, C. E., & Botero, V. J. J. (2007). A algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del, 20(34), 39–63.
- Tarapuez, E. (2016). Factores que influyen en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Colombia del Departamento del Quindío (Colombia). *Visión de Futuro*, 20(2), 114–136.
- Triandis, H. C. (1974). *Actitudes y cambios de actitudes*. Toray.
- Ubierna, F. (2015). La Intención Emprendedora Y El Estudiante Universitario De Turismo : Analisis Comparativo. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 235–273. Retrieved from <https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=28&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjolOiaoNPKAhVElB4KHRIHD9o4FBAWCFAwB>



- w&url=http://ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/download/20/19&usg=AFQjCN  
G6l\_PsOvQ5DoH5d64ASGWkRI6LXA&sig2=
- Urbano, D., & Toledano, N. (2014). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. (Editorial UOC, Ed.) (Primera Edición). Barcelona: UOC.  
Retrieved from  
[https://books.google.com.pe/books?id=QjgpAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiL-5Wo\\_Y\\_dAhULmeAKHS1gCRgQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=QjgpAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiL-5Wo_Y_dAhULmeAKHS1gCRgQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false)
- Varela, R. (2008). Innovación empresarial. *Pearson Educación De Colombia, Ltda.*  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Vesga, R. (2009). Emprendimiento e Innovacion en Colombia. *Universidad de Los Andes*.
- Zorrilla, J. P. (2004). Las Etapas Del Empresario y La Empresa Moderna • GestioPolis.  
Retrieved September 21, 2018, from  
<https://es.scribd.com/document/333365000/Las-Etapas-Del-Empresario-y-La-Empresa-Moderna-GestioPolis>



**ANEXOS**



**Anexo 1. Instrumento de investigación**

**TEST SOBRE FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES DE LA REGIÓN APURÍMAC, 2018**

Instrucciones: Estimado estudiante a continuación te agradeceremos llenar el siguiente cuestionario, cuyo objetivo es determinar los factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de Administración de las universidades de la Región Apurímac. Los resultados obtenidos serán utilizados netamente para fines de investigación. Las encuestas son anónimas por lo que está garantizada la confidencialidad de los datos.

Agradezco su colaboración que contribuirá de manera importante al desarrollo del presente trabajo de investigación.

**I. DATOS GENERALES**

1. Edad \_\_\_\_\_ años cumplidos
2. Género:
  - a) Femenino
  - b) Masculino
3. Universidad:
 

a) UNAMBA - Abancay	c) UNAJMA - Andahuaylas
b) UNAMBA - Tambobamba	
4. Escuela Profesional:
  - a) Administración
  - b) Administración de Empresas
5. ¿Ciclo o semestre en el que se encuentra matriculado?
 

a) I	f) VI
b) II	g) VII
c) III	h) VIII
d) IV	i) IX
e) V	j) X
6. Indicar ingresos familiares(padres) al mes (monto aproximado): ..... soles
7. Actualmente, ¿Solo estudia o estudia y trabaja?
  - a) Solo estudia
  - b) Estudia y trabaja
8. ¿Tienes experiencia laboral (incluye prácticas remuneradas y no remuneradas)?
  - a) Si
  - b) No
9. ¿Cuántos años tiene de experiencia laboral?  
..... años y ..... meses
10. ¿En qué ámbito pasó la mayor parte de su infancia?
  - a) Urbano
  - b) Rural
11. ¿Cuál es o fue el nivel de estudios alcanzado por tú padre?
 

a) No asistió al colegio	h) Pedagógico
b) Primaria	i) Pedagógico incompleto
c) Primaria incompleta	j) Universitario
d) Secundaria	k) Universitario incompleto
e) Secundaria incompleta	l) Posgrado
f) Tecnológico	m) Posgrado incompleto
g) Tecnológico incompleto	
12. ¿Cuál es o fue el nivel de estudios alcanzado por tú madre?
 

a) No asistió al colegio	h) Pedagógico
b) Primaria	i) Pedagógico incompleto
c) Primaria incompleta	j) Universitario
d) Secundaria	k) Universitario incompleto
e) Secundaria incompleta	l) Posgrado
f) Tecnológico	m) Posgrado incompleto
g) Tecnológico incompleto	
13. ¿Cuál es o fue la ocupación de tú padre?
 

a) Trabaja para el Estado	d) Agricultor
b) Trabaja para una empresa privada	e) Trabajador independiente
c) Comerciante	f) Labores domésticas en el hogar

14. ¿Cuál es o fue la ocupación de tú madre?

- a) Trabaja para el Estado
- b) Trabaja para una empresa privada
- c) Comerciante
- d) Agricultor
- e) Trabajador independiente
- f) Labores domésticas en el hogar

**II. EXPECTATIVA DE TRABAJO** ¿Cómo consideras a las instituciones donde te gustaría trabajar?

15. Manifieste su grado de importancia con las afirmaciones que aparecen a continuación: "1"=Sin importancia  
 "2"=De poca importancia  
 "3"=Moderadamente importante  
 "4"=Importante  
 "5"=Muy importante

1	Trabajar para una institución privada	1	2	3	4	5
2	Trabajar como independiente, como empresario con otros socios, crear una empresa	1	2	3	4	5
3	Trabajar para una institución del Estado	1	2	3	4	5
4	Trabajar o colaborar en una organización sin fines de lucro	1	2	3	4	5
5	Aun no tengo definido que me gustaría hacer al terminar la carrera	1	2	3	4	5

**III. MODELOS DE REFERENCIA**

16. Manifieste su grado de importancia con las afirmaciones que aparecen a continuación:

"1"=Sin importancia  
 "2"=De poca importancia  
 "3"=Moderadamente importante  
 "4"=Importante  
 "5"=Muy importante

1	Amigos cercanos ligados a la actividad empresarial que inspiran para ser emprendedores	1	2	3	4	5
2	Compañeros ligados a la actividad empresarial que inspiran ser emprendedores	1	2	3	4	5
3	Profesores ligados a la actividad empresarial que inspiran para ser emprendedores	1	2	3	4	5
4	Mis padres tienen negocio o son socios en una empresa	1	2	3	4	5
5	Otros miembros de la familia (hermanos, tíos, primos) con negocio o son socios en una empresa	1	2	3	4	5

**IV. AMBIENTE UNIVERSITARIO**

17. Manifieste su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones que aparecen a continuación:

"1"=Totalmente en desacuerdo  
 "2"=En desacuerdo  
 "3"=Indiferente  
 "4"=De acuerdo  
 "5"=Totalmente de acuerdo

1	Promueve diversos programas orientados a fomentar el emprendimiento en la comunidad universitaria (estudiantes, profesores)	1	2	3	4	5
2	Proporciona cursos o asignaturas orientados a la formación en emprendimiento (educación en emprendimiento)	1	2	3	4	5
3	Tiene una unidad de apoyo orientada a la incubación de nuevas empresas creadas por los estudiantes (parques tecnológicos, incubadoras)	1	2	3	4	5
4	Incentiva a los emprendedores universitarios a través de premios o reconocimientos	1	2	3	4	5
5	Difunde continuamente programas de apoyo o iniciativas orientadas a promover el emprendimiento	1	2	3	4	5
6	Ha estado en contacto en alguna ocasión con algún centro/programa de apoyo a emprendedores o con el uso de simuladores de negocio	1	2	3	4	5

**V. ACTITUD EMPRENDEDORA**

18. Manifieste su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones que aparecen a continuación:

"1"=Totalmente en desacuerdo

"2"=En desacuerdo

"3"=Indiferente

"4"=De acuerdo

"5"=Totalmente de acuerdo

1	Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.	1	2	3	4	5
2	Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros	1	2	3	4	5
3	Me gusta trabajar dónde hay mucha incertidumbre y cambios constantes	1	2	3	4	5
4	Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.	1	2	3	4	5
5	Normalmente realizo muy bien la parte de mi trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	1	2	3	4	5
6	Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.	1	2	3	4	5
7	Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.	1	2	3	4	5
8	Me siento tímido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.	1	2	3	4	5
9	Realizo cada trabajo tan exhaustivamente tal como es.	1	2	3	4	5
10	Las horas regulares de trabajo y las vacaciones son más importantes para mí que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto.	1	2	3	4	5
11	Habitualmente estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.	1	2	3	4	5
12	Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.	1	2	3	4	5
13	Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.	1	2	3	4	5
14	Normalmente tengo tolerancia a la incertidumbre y al riesgo que suele provocar lo desconocido.	1	2	3	4	5
15	Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente.	1	2	3	4	5
16	Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.	1	2	3	4	5
17	Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales.	1	2	3	4	5
18	Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos.	1	2	3	4	5
19	Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema.	1	2	3	4	5
20	A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.	1	2	3	4	5
21	Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.	1	2	3	4	5
22	Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.	1	2	3	4	5
23	Tengo mucha necesidad de nuevas aventuras.	1	2	3	4	5
24	Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.	1	2	3	4	5
25	Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor.	1	2	3	4	5
26	Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.	1	2	3	4	5
27	Por lo general me gusta asumir riesgos.	1	2	3	4	5
28	Normalmente busco compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas.	1	2	3	4	5
29	Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales.	1	2	3	4	5
30	Vivo cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre.	1	2	3	4	5

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

**Anexo 2.** Matriz de consistencia

TÍTULO: Factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS		HIPÓTESIS		FACTORES Y VARIABLES
	OBJETIVOS GENERALES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERAL	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>PG: ¿Cómo los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario influye en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018?</p>	<p>OG: Determinar los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018</p>	<p>HG: Los factores modelos de referencia (primaria y secundaria), expectativa de trabajo y ambiente universitario influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac, 2018</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b></p> <p><b>Factor modelos de referencia primaria</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Padres</li> <li>• Otros miembros de la familia</li> </ul> <p><b>Factor modelos de referencia secundaria</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amigo</li> <li>• Compañero</li> <li>• Profesor</li> </ul> <p><b>Factor expectativa de trabajo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Privado</li> <li>• Empresario</li> <li>• Público</li> <li>• Sin fines de lucro</li> </ul> <p><b>Factor ambiente universitario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de emprendimiento</li> <li>• Asignaturas de emprendimiento</li> <li>• Unidades de apoyo a la incubación</li> <li>• Incentivos para emprendimiento</li> <li>• Difusión de programas de emprendimiento</li> </ul> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b></p> <p><b>Actitud emprendedora</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logro</li> <li>• Innovación</li> <li>• Control</li> <li>• Autoestima</li> <li>• Riesgo</li> </ul>		
<p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>PE1: ¿Cómo influye el factor modelos de referencia primaria en la actitud emprendedora de los estudiantes?</p> <p>PE2 ¿Cómo influye el factor modelos de referencia secundaria en la actitud emprendedora de los estudiantes?</p> <p>PE3: ¿Cómo influye el factor expectativa de trabajo en la actitud emprendedora de los estudiantes?</p> <p>PE4: ¿Cómo influye el factor ambiente universitario en la actitud emprendedora de los estudiantes?</p>	<p>OE1: Determinar la influencia del factor modelos de referencia primaria en la actitud emprendedora de los estudiantes</p> <p>OE2: Determinar la influencia del factor modelos de referencia secundaria en la actitud emprendedora de los estudiantes</p> <p>OE3: Determinar la influencia del factor expectativa de trabajo en la actitud emprendedora de los estudiantes.</p> <p>OE4: Determinar la influencia del factor ambiente universitario en la actitud emprendedora de los estudiantes</p>	<p>HE1: El factor modelos de referencia primaria influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.</p> <p>HE2: El factor modelos de referencia secundaria influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.</p> <p>HE3 El factor expectativa de trabajo influye positivamente y de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.</p> <p>HE4: El factor ambiente universitario influye de manera significativa en la actitud emprendedora de los estudiantes.</p>			

Fuente: datos del estudio a partir de la elaboración del proyecto de investigación

Anexo 3. Operacionalización de variables e indicadores

FACTORES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	VARIABLES	INDICADORES
MODELOS DE REFERENCIA PRIMARIA	Comprende a los modelos de referencia empresarial primaria conformada por padres y otros miembros de la familia que inspiran a los estudiantes universitarios a emprender.	Percepción sobre referencias empresariales del modelo primario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Padres</li> <li>Otros miembros de la familia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre los modelos de referencia primaria</li> </ul>
MODELOS DE REFERENCIA SECUNDARIA	Comprende a los modelos de referencia empresarial secundaria conformada por amigos, compañeros y profesores que inspiran a los estudiantes universitarios a emprender.	Percepción sobre referencias empresariales del modelo secundario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amigo</li> <li>Compañero</li> <li>Profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre modelos de referencia secundaria</li> </ul>
EXPECTATIVA DE TRABAJO	Institución en el que le gustaría trabajar una vez concluido su formación profesional.	Percepción de expectativa de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Privado</li> <li>Empresario</li> <li>Público</li> <li>Sin fines de lucro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre expectativa de trabajo</li> </ul>
AMBIENTE UNIVERSITARIO	La percepción de los alumnos sobre el entorno que ofrece la Universidad para desarrollar nuevas ideas, e involucrarse en actividades emprendedoras. (Estrada et al., 2016).	Percepción del ambiente universitario	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas de emprendimiento</li> <li>Asignaturas de emprendimiento</li> <li>Unidades de apoyo a la incubación</li> <li>Incentivos para emprendimiento</li> <li>Difusión de programas de emprendimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo de programas de emprendimiento</li> <li>Juicio evaluativo sobre asignatura de emprendimiento</li> <li>Juicio evaluativo sobre unidades de apoyo a la incubación</li> <li>Juicio evaluativo de incentivos para programas de emprendimiento</li> <li>Juicio evaluativo de difusión de programas de emprendimiento</li> </ul>
ACTITUD EMPRENDEDORA	Las actitudes emprendedoras se componen de cinco factores Necesidad de logro, Innovación en los negocios, Control percibido interno en los negocios, Autoestima relacionada con los negocios y asunción de riesgos (Krauss, 2011).	Percepción de la actitud emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logro</li> <li>Innovación</li> <li>Control</li> <li>Autoestima</li> <li>Riesgo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre logro</li> <li>Juicio evaluativo sobre innovación</li> <li>Juicio evaluativo sobre control</li> <li>Juicio evaluativo sobre autoestima</li> <li>Juicio evaluativo sobre riesgo</li> </ul>
VARIABLE INDEPENDIENTE "X"				
VARIABLE DEPENDIENTE "Y"				

Fuente: datos del estudio a partir de la elaboración del proyecto de investigación

Anexo 4. Factores y variables con valor final, tipo de variable e instrumento de investigación

FACTORES	VARIABLES	INDICADORES	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE	INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
MODELOS DE REFERENCIA PRIMARIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Padres</li> <li>Otros miembros de la familia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre los modelos de referencia primaria</li> </ul>	"1"=Sin importancia "2"=De poca importancia "3"=Moderadamente importante "4"=Importante "5"=Muy importante	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variable cualitativa - Escala ordinal variables continuas activas</li> </ul>	Test de factores que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de las escuelas de administración de las universidades de la Región Apurímac.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amigo</li> <li>Compañero</li> <li>Profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre los modelos de referencia secundaria</li> </ul>	"1"=Sin importancia "2"=De poca importancia "3"=Moderadamente importante "4"=Importante "5"=Muy importante	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variable cualitativa - Escala ordinal variables continuas activas</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Privado</li> <li>Empresario</li> <li>Público</li> <li>Sin fines de lucro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre expectativa de trabajo</li> </ul>	"1"=Sin importancia "2"=De poca importancia "3"=Moderadamente importante "4"=Importante "5"=Muy importante	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variable cualitativa - Escala ordinal variables continuas activas</li> </ul>	
AMBIENTE UNIVERSITARIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas de emprendimiento</li> <li>Asignaturas de emprendimiento</li> <li>Unidades de apoyo a la incubación</li> <li>Incentivos para emprendimiento</li> <li>Difusión de programas de emprendimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo de programas de emprendimiento</li> <li>Juicio evaluativo sobre asignatura de emprendimiento</li> <li>Juicio evaluativo sobre unidades de apoyo a la incubación</li> <li>Juicio evaluativo de incentivos para programas de emprendimiento</li> <li>Juicio evaluativo de difusión de programas de emprendimiento</li> </ul>	"1"=Totalmente en desacuerdo "2"=En desacuerdo "3"=Indiferente "4"=De acuerdo "5"=Totalmente de acuerdo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variable cualitativa - Escala ordinal variables continuas activas</li> </ul>	Instrumento adaptada de (Robinson <i>et al.</i> , 2011), (Krauss, 2011), (Ibañez, 2002) y (Guerrero <i>et al.</i> , 2016)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logro</li> <li>Innovación</li> <li>Control</li> <li>Autoestima</li> <li>Riesgo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juicio evaluativo sobre logro</li> <li>Juicio evaluativo sobre innovación</li> <li>Juicio evaluativo sobre control</li> <li>Juicio evaluativo sobre autoestima</li> <li>Juicio evaluativo sobre riesgo</li> </ul>	"1"=Totalmente en desacuerdo "2"=En desacuerdo "3"=Indiferente "4"=De acuerdo "5"=Totalmente de acuerdo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variable cualitativa - Escala ordinal variables continuas activas</li> </ul>	
VARIABLE DEPENDIENTE "Y"					

Fuente: datos del estudio a partir de la elaboración del proyecto de investigación