



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**ACTITUD EMPRENDEDORA Y EL DESARROLLO DE LA
CAPACIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DEL
INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO
PÚBLICO – MAÑAZO; PERIODO 2023**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. MARCOS VILCA COAQUIRA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PUNO – PERÚ

2024



Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

ACTITUD EMPRENDEDORA Y EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ESTUDIANTES DE L

AUTOR

MARCOS VILCA COAQUIRA

RECUENTO DE PALABRAS

31320 Words

RECUENTO DE CARACTERES

172813 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

144 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.9MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 11, 2024 2:32 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 11, 2024 2:36 PM GMT-5

● 12% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)



Edgar Darío Callohuanca Avalos
Dr. Edgar Darío Callohuanca Avalos
Director de la Unidad de Investigación de la FCCA



Amira
Lic. Adm. Amira Orpio Moraza
Reg. Univ. de Coleg. Nro. 8325
CORLAD PUNO

Resumen



DEDICATORIA

A mi familia, por haberme apoyado en el tiempo que me desempeñe como estudiante en la prestigiosa Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

A mis docentes de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas, que me han brindado con confianza y visión una enseñanza que me permitió determinar de la mejor forma mis objetivos y metas.

Marcos Vilca Coaquira



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano y a la Escuela Profesional de Administración, por haberme acogido en sus instalaciones durante mi formación académica de nivel universitario.

A los docentes y estudiantes de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo, por la colaboración de cada uno de ellos en este proyecto de investigación.

A mi directora/asesora: M. Sc. Amira Carpio Maraza, por su guía y orientación para el desarrollo de este proyecto de investigación.

A los miembros de jurado: Dr. Zoraima Julieta Laura Castillo, M. Sc. Verónica Ramos Camacho y M. Sc. Jorge Ramos Surco, por el tiempo que invirtieron en revisar, corregir y aportar a esta investigación.

A los docentes de la Escuela Profesional de Administración, por compartir sus conocimientos y experiencias profesionales.

Marcos Vilca Coaquira



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	12
ABSTRACT.....	13
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.2.1 Pregunta general.....	18
1.2.2 Preguntas específicas	18
1.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	19
1.3.1 Hipótesis general	19
1.3.2 Hipótesis específicas	19
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.4.1 Justificación teórica.....	20
1.4.2 Justificación metodológica.....	21
1.4.3 Justificación práctica	21
1.5 OBJETIVOS.....	22



1.5.1	Objetivo general	22
1.5.2	Objetivos específicos	22

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1.1	Antecedentes internacionales	23
2.1.2	Antecedentes nacionales	25
2.1.3	Antecedentes locales	35
2.2	MARCO TEÓRICO	35
2.2.1	Emprendimiento	35
2.2.2	Actitud emprendedora	36
2.2.2.1	Factores de la actitud emprendedora.....	37
2.2.2.1.1	Factores sociodemográficos.....	37
2.2.2.1.2	Factores psicológicos.....	40
2.2.2.1.3	Factores situacionales.	43
2.2.3	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	46
2.2.3.1	Dimensiones del desarrollo de la capacidad de creación de empresas.....	47
2.2.3.1.1	Conocimiento empresarial.....	47
2.2.3.1.2	Experiencia empresarial.....	51
2.2.3.1.3	Motivación empresarial.	55
2.3	MARCO CONCEPTUAL	58
2.3.1	Administración.....	58
2.3.2	Actitud emprendedora	58
2.3.3	Creación de empresas.....	59



2.3.4	Emprendimiento	59
2.3.5	Emprendedor	59
2.3.6	Innovar	60
2.3.7	Educación superior	60
2.3.8	Éxito	61
2.3.9	Motivación	61
2.4	VARIABLES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	61
2.4.1	Variable “x”: Actitud Emprendedora.....	61
2.4.1.1	Dimensión 1: Factores sociodemográficos.	61
2.4.1.2	Dimensión 2: Factores psicológicos.	62
2.4.1.3	Dimensión 3: Factores situacionales.....	62
2.4.2	Variable “y”: Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	62
2.4.2.1	Dimensión 1: Conocimiento empresarial.....	62
2.4.2.2	Dimensión 2: Experiencia empresarial.	62
2.4.2.3	Dimensión 3: Motivación empresarial.....	63
2.5	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	64
CAPÍTULO III		
MATERIALES Y MÉTODOS		
3.1	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	66
3.2	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	66
3.3	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	66
3.4	POBLACIÓN	67
3.5	MUESTRA.....	67
3.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	67
3.6.1	Técnica de investigación	67



3.6.2	Instrumento de investigación	68
3.7	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS.....	69
3.7.1	Validación de los instrumentos	69
3.7.2	Confiabilidad de los instrumentos.....	70
3.8	PASOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS.....	71

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	RESULTADOS GENERALES	72
4.1.1	Resultados de la “actitud emprendedora”	73
4.1.1.1	Dimensión 1: Factores sociodemográficos.	73
4.1.1.2	Dimensión 2: Factores psicológicos.	75
4.1.1.3	Dimensión 3: Factores situacionales.....	76
4.1.2	Resultados del “desarrollo de la capacidad de creación de empresas” ...	78
4.1.2.1	Dimensión 1: Conocimiento empresarial.....	78
4.1.2.2	Dimensión 2: Experiencia empresarial.	80
4.1.2.3	Dimensión 3: Motivación empresarial.....	81
4.2	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS POR OBJETIVOS.....	83
4.2.1	Prueba de normalidad.....	83
4.2.1.1	Prueba de normalidad Shapiro - Wilk.....	84
4.2.1.1.1	Planteamiento de hipótesis.....	84
4.2.1.1.2	Nivel de significancia.	84
4.2.1.1.3	Criterio de decisión.	84
4.2.1.1.4	Resultados de la prueba de normalidad Shapiro Wilk.	85
4.2.2	Coefficientes de correlación	87
4.2.2.1	Coefficiente de correlación de Pearson.	87



4.2.2.1.1	Escala para interpretar los resultados de Pearson.	88
4.2.2.2	Coeficiente de correlación de Spearman.....	88
4.2.2.2.1	Escala para interpretar los resultados de Rho de Spearman.	88
4.2.3	Resultados de los objetivos específicos	89
4.2.4	Resultado del objetivo general	94
4.3	CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.....	95
4.3.1	Contrastación de la hipótesis específica 1.....	95
4.3.1.1	Nivel de significancia.....	96
4.3.1.2	Criterio de decisión.	96
4.3.2	Contrastación de la hipótesis específica 2.....	97
4.3.2.1	Nivel de significancia.....	97
4.3.2.2	Criterio de decisión.	97
4.3.3	Contrastación de la hipótesis específica 3.....	98
4.3.3.1	Nivel de significancia.....	99
4.3.3.2	Criterio de decisión.	99
4.3.4	Contrastación de la hipótesis general	100
4.3.4.1	Nivel de significancia.....	100
4.3.4.2	Criterio de decisión.	100
4.4	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	101
V.	CONCLUSIONES	107
VI.	RECOMENDACIONES.....	109
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	111
ANEXOS.....		129



Área : Administración de emprendimientos

Tema : Actitud emprendedora y capacidad de creación de empresas

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 25 de enero del 2024



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1: Diagrama de dispersión entre la dimensión “factores sociodemográficos” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”	90
Figura 2: Diagrama de dispersión entre la dimensión "factores psicológicos" y la variable "desarrollo de la capacidad de creación de empresas"	91
Figura 3: Diagrama de dispersión entre la dimensión "factores situacionales" y la variable "desarrollo de la capacidad de creación de empresas"	93
Figura 4: Diagrama de dispersión entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas	94



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Clasificación de recursos empresariales	50
Tabla 2: Etapas del emprendimiento.....	51
Tabla 3: Operacionalización de la variable: Actitud emprendedora.....	64
Tabla 4: Operacionalización de la variable: Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	65
Tabla 5: Validación de instrumentos a través del método de juicio de expertos	69
Tabla 6: Cuadro de valoración para determinar la validez de los instrumentos	69
Tabla 7: Confiabilidad de los instrumentos de investigación, a través del coeficiente de alfa de Cronbach	71
Tabla 8: Escala de Likert y sus valores para la interpretación de datos	72
Tabla 9: Resultados de la dimensión 1: Factores sociodemográficos.....	73
Tabla 10: Resultados de la dimensión 2: Factores psicológicos.....	75
Tabla 11: Resultados de la dimensión 3: Factores situacionales	76
Tabla 12: Resultados de la dimensión 1: Conocimiento empresarial	78
Tabla 13: Resultados de la dimensión 2: Experiencia empresarial	80
Tabla 14: Resultados de la dimensión 3: Motivación empresarial	81
Tabla 15: Resultados de la prueba de normalidad a través de Shapiro-Wilk para la variable (X): Actitud emprendedora.....	85
Tabla 16: Resultados de la prueba de normalidad a través de Shapiro-Wilk para la variable (Y): Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	86
Tabla 17: Escala para la interpretación del coeficiente de correlación de Pearson ..	88
Tabla 18: Escala para la interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman	88



Tabla 19:	Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión “factores sociodemográficos” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”	89
Tabla 20:	Coeficiente de correlación de Pearson entre la dimensión “factores psicológicos” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”	91
Tabla 21:	Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión “factores situacionales” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”	92
Tabla 22:	Coeficiente de correlación de Pearson entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.....	94
Tabla 23:	Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis específica 1	96
Tabla 24:	Coeficiente de correlación de Pearson para la contrastación de la hipótesis específica 2	98
Tabla 25:	Coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis específica 3	99
Tabla 26:	Coeficiente de correlación de Pearson para la contrastación de la hipótesis general	101



RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023. La investigación ha sido de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y transversal, de alcance descriptivo y correlacional; la población fue conformada por 42 estudiantes del tercer y quinto semestre; la muestra fue de tipo no probabilístico de muestreo censal, la técnica de estudio fue una encuesta; y como instrumento se utilizó dos cuestionarios, validados por el método de juicio de expertos y su confiabilidad ha sido determinado a través del coeficiente alfa de Cronbach; para la valoración de cada ítem de los cuestionarios se utilizó la escala de Likert. Se usó la prueba de Shapiro-Wilk para determinar si los datos son de distribución normal o no, y de acuerdo a ello se utilizó como medida paramétrica al coeficiente de correlación de Pearson y como medida no paramétrica al coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados han sido validados y analizados con el software Excel y con el programa estadístico SPSS versión 23. La principal conclusión a la que se arribó fue la actitud emprendedora se relaciona de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,649; y a nivel estadístico se relacionan significativamente al obtenerse un valor ($p = 0,000 < 0,05$).

Palabras Clave: Actitud emprendedora, Creación de empresas, desarrollo de la capacidad, Emprender, Instituto de educación superior



ABSTRACT

The objective of the entrepreneurial research was to determine the relationship between attitude and the development of business creation capacity in students of the Administration degree at the Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; period 2023. The research has had a quantitative approach, non-experimental and transversal design, descriptive and correlational scope; The population has been made up of 42 students from the third and fifth semester; The sample was a non-probabilistic census sampling type, the study technique used was a survey; and as an instrument, two questionnaires were used, validated by the expert judgment method and their reliability has been determined through Cronbach's alpha coefficient; To evaluate each item of the questionnaires, the Likert scale was used. The Shapiro-Wilk test was used to determine whether the data are normally distributed or not, and accordingly the Pearson compensation coefficient was used as a parametric measure and the Spearman compensation coefficient as a non-parametric measure. The results have been validated and analyzed with the Excel software and with the SPSS statistical program version 23. The main conclusion is that the entrepreneurial attitude is positively and moderately related to the development of business creation capacity in the students of the Administration degree at the Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; period 2023, obtaining a Pearson valuation coefficient of 0.649; and statistically, they are significantly related when obtaining a value ($p = 0.000 < 0.05$).

Keywords: Entrepreneurial attitude, Business creation, Capacity development, Entrepreneurship, Higher education institute.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación que lleva por título “Actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023”; se realizó con el objetivo de identificar la relación entre la actitud que tienen los estudiantes de administración para emprender y la capacidad que van desarrollando para crear empresas, en el contexto actual en donde van surgiendo oportunidades y problemas a resolver.

En la actualidad, por la globalización, el avance tecnológico y por otros factores, existen oportunidades para emprender, por ello es necesario identificar las actitudes emprendedoras y las capacidades que tienen los jóvenes estudiantes para crear empresas, considerando que las grandes empresas que existen el día de hoy, iniciaron siendo emprendimientos y start-ups como el caso de Kola Real, Grupo Romero, Amazon, McDonalds, Google, Apple, Alibaba, La Ibérica y entre otros.

En base a estos casos, para que un emprendimiento pueda consolidarse como empresa se requiere de esfuerzo, trabajo, perseverancia y entre otros factores; por eso, para el desarrollo de esta investigación se elaboró dos cuestionarios con preguntas relacionados a la actitud emprendedora y al desarrollo de las capacidades para crear empresas, teniendo en cuenta que la actitud emprendedora por sí sola no es suficiente para el éxito del emprendimiento sino también es necesario tener conocimientos y capacidades para planificar, organizar y distribuir los recursos materiales, financieros, humanos y tecnológicos de forma adecuada.



La investigación está estructurada en siete capítulos, teniendo en cuenta el formato de tesis que se encuentra en la “Plataforma de Investigación Universitaria Integrada a la Labor Académica con Responsabilidad” de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

Capítulo I: Introducción; se presenta brevemente los temas que contiene el trabajo realizado. Así mismo, en este capítulo se abarca el problema, la justificación y el objetivo de la investigación.

Capítulo II: Revisión de literatura; se presenta los antecedentes, trabajos de investigación de nivel internacional, nacional y local, que sirvieron como base para la elaboración del presente proyecto de investigación. Así mismo, se muestra el marco teórico basado en el análisis de la revisión literaria de los gurúes en emprendimiento.

Capítulo III: Materiales y métodos; se presenta el tipo, diseño, alcance y técnica de investigación utilizada. También se presenta la población y muestra de estudio.

Capítulo IV: Resultados y discusión; se presentan tablas y figuras, que contienen datos y resultados estadísticos de la encuesta realizada a los estudiantes de Administración. Así como la interpretación.

Capítulo V: Conclusiones; se presentan las conclusiones de acuerdo al objetivo general y objetivos específicos de la investigación.

Capítulo VI: Recomendaciones; se presentan recomendaciones a padres de familia, autoridades del distrito de Mañazo, estudiantes, y docentes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Publico – Mañazo, en base a los resultados obtenidos.

Capítulo VII: Referencias bibliográficas; se presenta un listado de las citas utilizadas en la elaboración del proyecto de investigación.



1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el transcurso del tiempo han ocurrido diversidad de cambios que mejoraron nuestra forma de convivir en este mundo, como el menor tiempo en poder transportarse de un lugar a otro, la forma de comunicación, la forma de educación, la forma de realizar trabajos y entre otros. Estos cambios ocurrieron en base a problemas que han tenido que solucionarse, y otros cambios en base a la creatividad e innovación, y en ambos casos es muy importante la actitud emprendedora y sus capacidades para crear empresas exitosas.

Perú es considerado un país en donde se da mayor emprendimiento, pero estos emprendimientos quiebran en los próximos años, por inadecuadas decisiones y mala administración de recursos. Global Entrepreneurship Monitor (2018) en su informe indica que en Perú se genera mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana y por eso a nivel mundial ocupa los primeros puestos en emprendimiento. Global Findex Database (2021) en su informe menciona que los jóvenes entre los 15 y 24 años que poseían una cuenta de ahorro pasaron de ser de un 14% en 2011 a un 29% en el 2017, siendo como una evidencia de que los emprendimientos juveniles van aumentando cada año.

Por otra parte, debido al covid-19 muchos emprendimientos ya no operan en la actualidad, pero también se están dando otras oportunidades para emprender, más aún con los cambios globales que se están suscitando en la actualidad, a los cuales deben orientarse los emprendedores, ya que el desarrollo empresarial del futuro depende de los emprendimientos que se van realizando en el contexto actual, y que para su efectividad es necesario la disciplina y otros factores importantes. Ningún negocio empieza a una perfección del 100%, pero con la disciplina y perseverancia todo es posible, así mismo, si un emprendedor no tiene fe en su propio proyecto, no tiene confianza y es pesimista; entonces el resultado es directamente el fracaso (Mamani, 2022).



En el distrito de Mañazo, así como en las grandes ciudades u otros distritos también se observa emprendimientos de diferentes actividades, pero en algunos casos no tienen sostenibilidad ni crecimiento. Cabe mencionar que estos emprendimientos se han estado dando debido a las oportunidades que se van generando en un determinado tiempo.

Hace más de una década se inició la elaboración de productos lácteos, principalmente el queso tipo paria y el yogur; estos productos se pueden apreciar en los mercados y bodegas de la ciudad de Puno y Juliaca, y en porcentajes menores en otras ciudades. Sin embargo, no existe innovación en la presentación de estos productos, ya que podrían presentarse otros tipos de quesos y de igual forma con los yogures, y comercializar estos productos no solo a nivel local, regional y nacional; sino también a nivel internacional, teniendo como principal recurso a la tecnología.

Actualmente en el distrito de Mañazo se realiza la explotación minera, específicamente del oro y del hierro, también cuenta con zonas turísticas como la zona arqueológica Markawi, el bosque de Kaquingora, las minas antiguas de Rosales etc. Entre los años 2021 y 2022 se ejecutó el asfaltado de la carretera Puno – Tiquillaca - Vilque – Mañazo - Huataquita, que permite una rápida interconexión entre la ciudad de Puno y Arequipa; por lo que también generan oportunidades para el desarrollo empresarial.

La sociedad del ahora es exigente, curioso, les gusta las novedades en cuanto a los productos y servicios, y es de conocimiento para los estudiantes de las universidades que se van formando para emprender, y por eso en sus centros académicos se estimula la creación de empresas en los espacios que lo llaman incubadoras, para que el estudiante al ejecutar su idea de negocio tenga mayor probabilidad de éxito; pero algunas instituciones de nivel superior aun no cuentan con las incubadoras de negocios.



Entonces, se realiza la investigación considerando los problemas y oportunidades que se dieron a conocer anteriormente; y se plantea las siguientes preguntas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Pregunta general

PG: ¿Cuál es la relación que existe entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023?.

1.2.2 Preguntas específicas

PE.1: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores sociodemográficos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023?.

PE.2: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023?.

PE.3: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores situacionales y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023?.



1.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

1.3.1 Hipótesis general

H.G: La actitud emprendedora se relaciona significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

1.3.2 Hipótesis específicas

HE.1: Los factores sociodemográficos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

HE.2: Los factores psicológicos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

HE.3: Los factores situacionales se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El distrito de Mañazo cuenta con recursos para el desarrollo empresarial del futuro, pero de acuerdo a la realidad, para lograrlo se requiere de conocimientos y



habilidades; aparte de tener un alto grado de dedicación y esfuerzo. Por lo cual, para esta investigación se consideró conveniente tener como población y muestra de estudio a los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público - Mañazo; periodo 2023, para conocer sus actitudes emprendedoras y el desarrollo de sus capacidades para crear empresas, además, como conocedores de temas empresariales, tienen cierta responsabilidad del desarrollo empresarial del distrito.

Con la investigación se logró determinar que existe relación positiva entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración. Y los docentes de la mencionada institución pueden considerar este resultado para elaborar estrategias y preparar a los estudiantes en temas empresariales, y de esa forma puedan aportar al desarrollo empresarial del distrito.

Con la investigación realizada se generó resultados interesantes, al contrastar la parte teórica desarrollada y los resultados obtenidos a nivel estadístico con los datos de la encuesta realizada; y se espera que se realicen más investigaciones para incentivar y fomentar emprendimientos con visiones empresariales, en otros distritos, provincias y comunidades.

1.4.1 Justificación teórica

En base al estudio de The Global Findex Database (2021) existe aumento de jóvenes con interés de emprender, y a través de los resultados de esta investigación, los estudiantes de Administración tienen una buena actitud emprendedora y un buen desarrollo de capacidades para la creación de empresas. La actitud emprendedora aún no tiene una definición concreta, pero es entendido como la disposición que tiene una persona para iniciar una nueva actividad de



negocio, influenciado por sus habilidades, confianza, temperamento, recursos disponibles y oportunidades.

La capacidad para crear empresas, al igual que la actitud emprendedora aún no tiene una definición concreta, pero de acuerdo a los resultados de esta investigación, se desarrolla con la actitud emprendedora; es decir mientras uno presenta un alto grado de actitud emprendedora, aumenta de manera positiva el desarrollo de sus capacidades para crear empresas, pero también es importante tener en cuenta que existen otros factores relacionados a la actitud emprendedora y al desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

1.4.2 Justificación metodológica

La investigación se realizó bajo la determinación de una ruta metodológica objetiva, con el empleo de una técnica e instrumentos adecuados para la recopilación de datos, y también se empleó herramientas estadísticas adecuadas para la obtención de los resultados. En el transcurso del tiempo, otros interesados en el tema, también pueden seguir esta ruta metodológica para sus investigaciones.

1.4.3 Justificación práctica

El estudio se realizó a estudiantes de Administración del tercer y quinto semestre del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023; y los resultados se ponen a disposición de las autoridades de la mencionada institución de nivel superior.

Y se justifica porque los resultados que se generaron, servirán como referencia para otros estudios e investigaciones que se realizarán posterior a esta investigación, de acuerdo a las nuevas circunstancias y propósitos.



1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

OG: Determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

1.5.2 Objetivos específicos

OE.1: Determinar la relación entre los factores sociodemográficos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

OE.2: Determinar la relación entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

OE.3: Determinar la relación entre los factores situacionales y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se consideraron como antecedentes a trabajos de investigación relacionados a la actitud emprendedora y capacidad de creación de empresas, ya que son las variables de esta investigación.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Carrera et al. (2021), realizaron la investigación teniendo en cuenta que en la actualidad el emprendimiento es un tema de interés para las instituciones de nivel superior, que van diseñando estrategias para fortalecer a jóvenes emprendedores; por esa razón el objetivo de la investigación fue describir y analizar las actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes. Realizaron un análisis estadístico a través de una regresión lineal múltiple con el software SPSS versión 18, para el cual recogieron datos de 457 estudiantes de una universidad de México. Los principales resultados de la investigación son: El 54.71 % de estudiantes quieren tener su propia empresa, el 39.38 % consideraron que tienen lo necesario para tener una propia empresa, el 19.7 % consideraron que, aunque no tengan la capacidad para crear una empresa pueden complementarlo con otras personas. A través de las significancias de T-student, se concluyó en que las actitudes emprendedoras significativas para el desarrollo empresarial son la motivación para emprender (0.219), motivación de logro (0.195) y la actitud emprendedora del universitario (0.685).



Guachimposa et al. (2019), realizaron la investigación teniendo en cuenta que en las universidades en ocasiones no fomentan actitudes y valores para la inserción de los egresados al medio social y económico, y que una de las reclamaciones frecuentes es la falta de conocimientos e inspiración para crear empresas. El objetivo de la investigación fue demostrar la relación entre la actitud, intención y comportamiento del emprendedor de los estudiantes, con la creación de un perfil emprendedor con vocación de crear empresas. La investigación fue descriptiva correlacional, realizaron encuestas a una muestra conformada por 677 estudiantes; los resultados que destacaron son: La actitud, intención y comportamiento son elementales para crear empresas, debido a que los valores de Chi cuadrado (46,921; 19,079 y 528,55) respectivamente son mayores que el Chi cuadrado tabulado (5,02); entonces, se concluyó que las tres variables influyen para la creación de empresas.

Rivadeneira y Cruz (2020), consideraron como problema de investigación a la situación en donde los graduados universitarios esperan ofertas laborales con el conformismo de tener ingresos fijos; y como objetivo de estudio determinaron al análisis de las actitudes emprendedoras de los estudiantes. Como metodología de estudio consideraron al tipo cualitativo, descriptivo no experimental, y el uso de un cuestionario para evaluar las ideas de los estudiantes. Entre los resultados más resaltantes es que el 58 % de estudiantes tenían predisposición para asumir riesgos en los negocios, el 51 % se consideraron como personas adaptables al cambio y el 50 % de estudiantes tenían una alta motivación para conseguir sus objetivos. En conclusión, de los 187 estudiantes existe poca práctica de la actitud emprendedora; ante esto indicaron que las actitudes emprendedoras son un valor muy fundamental en una persona que quiere emprender, porque les permite iniciar



su trabajo con pasión, inteligencia y la iniciativa que tienen para crear grandes empresas.

Guzmán et al. (2020), para realizar la investigación tomaron en cuenta al aumento de desempleo en profesionales, y que la cantidad de egresados no es proporcional a la cantidad de puestos de trabajo; entonces con el objetivo de analizar las características del emprendimiento de los estudiantes, determinaron como metodología de investigación al enfoque cuantitativo, descriptivo, transversal e hicieron uso de un cuestionario para la recopilación de información. Entre los principales resultados destacan que de los 67 estudiantes el 54 % querían crear una empresa, el 16 % querían trabajar en una empresas ya establecida y también querían establecer una empresa propia; en conclusión, de los 67 estudiantes más del 50 % tenían como objetivo crear una empresa al terminar sus estudios universitarios; y recomendaron que la institución debería establecer estrategias para que los estudiantes adquieran experiencias en empresas formales, y puedan obtener conocimientos relacionados a la administración de empresas, marketing, ventas etc.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Camarena (2019), realizó la investigación teniendo en cuenta que en Perú las Mypes son importantes porque generan puestos de trabajo y contribuyen al desarrollo del país; también menciona que antes solo las grandes empresas podían hacer uso del recurso tecnológico, pero ahora este recurso está a disposición de cualquier empresa. El objetivo en la investigación fue determinar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes del I.E.S.T.P. de la provincia de Satipo; con una investigación



descriptiva, de diseño correlacional y la utilización de un cuestionario para una muestra de 140 estudiantes. En la investigación se concluyó con la determinación de que existe una correlación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtenerse un valor de Tau-b = 0,754; necesidad de logro (Tau-b = 0,595), necesidad de poder (Tau-b = 0,663) y asociación (Tau-b = 0,662).

Romero (2022), realizó la investigación teniendo en cuenta que en Perú existe una lenta capacidad para crear empresas y que a nivel nacional como en Lima existe incremento de desempleo que incide negativamente en el desarrollo de la economía y que además genera más pobreza y desigualdad en los ingresos económicos; por lo tanto, el objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes que siguen la carrera de ingeniería agroindustrial. El estudio fue de tipo cuantitativo de alcance descriptivo y correlacional, diseño no experimental y transversal; aplicaron un cuestionario a la muestra conformada por 80 estudiantes. La conclusión fue que existe una relación significativa, directa y de intensidad considerable entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas (Rho = 0,778); y respecto a la relación entre las dimensiones de la actitud emprendedora con la capacidad de creación de microempresas, los resultados son: necesidad de logro (Rho = 0,608), control sobre los hechos (Rho = 0,638), innovación (Rho = 0,708), predisposición al riesgo (Rho = 0,564) y autoconfianza (Rho = 0,628).

Rafael y Meléndez (2019), consideraron como problema de investigación al desempleo que existe a nivel mundial, nacional y regional, así mismo existe la preocupación en mejorar la economía y la calidad de vida. Y de acuerdo a estos



casos, el objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en estudiantes de las universidades de UCP, UAP y UNSM – Tarapoto. La investigación fue correlacional – relacional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental – causal. El instrumento de investigación fue un cuestionario que se aplicó a 131 estudiantes de administración de los semestres octavo y noveno de tres universidades de Tarapoto. El principal resultado es que existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas al obtener un valor ($Rho = 0,656$); Conocimientos empresariales ($Rho = 0,565$), experiencias empresariales ($Rho = 0,552$) y motivación empresarial ($Rho = 0,686$).

Martell (2022), determinó como problema de investigación a la inestabilidad laboral de jóvenes, bajas remuneraciones y al desempleo en general, producto de la pandemia ocurrido en el año 2020 y que el emprendimiento puede ser una salida a estas situaciones, y por ende el objetivo de su investigación fue determinar el efecto del programa “Actitud emprendedora” en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022. La investigación fue de tipo básico, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel descriptivo propositivo, se aplicó cuestionarios a una muestra de 30 estudiantes. Los resultados fueron que, la actitud emprendedora se relaciona de manera positiva y fuerte con la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,763; también la necesidad de logro se relaciona positivamente y fuerte con la capacidad de creación de empresas (Coeficiente de correlación de



Pearson = 0,739), control sobre los hechos ($r = 0,740$), creación e innovación ($r = 0,749$), predisposición al riesgo ($r = 0,758$) y autoconfianza ($r = 0,688$).

Quispe et al. (2022), realizaron la investigación teniendo en cuenta que en Perú los problemas laborales son producto de cambios y situaciones como el Covid 19, que podría solucionarse con la creación de empresas innovadoras, competitivas y capaces de aumentar la productividad con el uso de las nuevas tecnologías, y el objetivo de la investigación fue analizar la relación entre la actitud emprendedora y la generación de negocios en los jóvenes universitarios de Ica. Como metodología determinaron hacer una investigación aplicada, de nivel descriptivo-correlacional y de diseño no experimental. Aplicaron una encuesta a la muestra conformada por 382 estudiantes. El principal resultado es que el 51.6 % de estudiantes manifestaron estar de acuerdo en que tienen cualidades personales para generar negocios. La conclusión es que existe una relación positiva y muy alta entre la actitud emprendedora y la creación de negocios en los estudiantes universitarios al obtenerse un valor Rho = 0,923.

Velasquez y Vilca (2019), realizaron la investigación porque existe poca investigación sobre temas relacionados al emprendimiento, esto a nivel nacional y Latinoamérica. Y que en la Escuela profesional de Turismo y hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín no se habían investigado aun sobre temas de emprendimiento. El objetivo de la investigación fue identificar como es la actitud emprendedora en los estudiantes del cuarto y quinto año de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. La investigación ha sido de enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal y de tipo descriptivo. Se aplicó una encuesta a una muestra conformada por 108 estudiantes, el principal resultado es que el 58.3 % indicaron tener familiares empresarios, y el 95.4 % desearían



tener una empresa propia; concluyeron indicando que los estudiantes tienen una actitud emprendedora regular con tendencia significativamente buena.

Radovich (2017), realizó la investigación teniendo en cuenta que en los países en vías de desarrollo tienen conocimiento de que no es posible asumir la responsabilidad de generar pleno empleo y por eso realizan esfuerzos para educar a los jóvenes en temas empresariales, y por ende el autoempleo va aumentando de manera constante en los países desarrollados. Perú es un país de muchas oportunidades, porque tiene variedad de flora, fauna, recursos para la agricultura, ganadería, turismo, minería y artesanía que se pueden aprovechar para mejorar la calidad de vida, a través del desarrollo empresarial. El objetivo fue demostrar si existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad para crear microempresas en estudiantes de Administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, tipo de investigación básica de diseño no experimental transversal y correlacional. Se aplicaron encuestas a la muestra conformada por 184 estudiantes. La conclusión fue que existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtenerse un valor de correlación de Rho de Spearman de 0,769; necesidad de logro (Rho = 0,445), control sobre los hechos (Rho = 0,653), creación e innovación (Rho = 0,650), predisposición al riesgo (Rho = 0,517) y autoconfianza (Rho = 0,570).

Churruca y Monterrey (2021), para realizar la investigación tomaron en cuenta a la pandemia que se dio en el año 2020, en donde se inició con la educación remota en todos los niveles de la educación, en este escenario los estudiantes buscaron formas de generar sus propios ingresos, ya que muchas personas, como los padres de familia quedaron desempleados; entonces esto



conllevó a la realización del estudio con el objetivo de conocer el nivel de la actitud emprendedora en los estudiantes, para lo cual se empleó el método descriptivo, diseño no experimental de corte transeccional descriptiva, aplicaron un cuestionario a 89 alumnos; y con la realización del estudio obtuvieron como resultado de que el 35 % de estudiantes tenían una regular actitud emprendedora y solo el 10 % de estudiantes tenían una alta actitud emprendedora; concluyeron mencionando que existe un nivel regular en cuanto a la actitud emprendedora y a la capacidad de realización en los estudiantes del ciclo avanzado del CEBA.

Diaz et al. (2021), consideraron como problema de investigación al desempleo e informalidad de los nuevos emprendimientos; así mismo, mencionaron de que se puede reducir la brecha del desempleo a través de un buen sistema educativo; el objetivo fue determinar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de 3 universidades del departamento de San Martín, empleando la metodología de tipo cuantitativo, no experimental, transversal de alcance descriptiva y correlacional; y un cuestionario aplicado a una muestra de 131 estudiantes. Los resultados más resaltantes son: El 65.6 % de estudiantes indicaron tener a menudo una actitud emprendedora y el 60.3 % a menudo tienen capacidad de creación de empresas. En la investigación concluyeron indicando que la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas tienen una relación positiva y significativa con un valor de $Rho = 0,656$, en los estudiantes encuestados; en relación al conocimiento empresarial ($Rho = 0,565$), experiencia empresarial ($Rho = 0,552$) y motivación empresarial ($Rho = 0,686$).

Quispe (2020), realizó la investigación debido a la situación del desempleo juvenil y las malas condiciones de trabajo para los jóvenes en América Latina y



que en el departamento de San Martín emprenden sin tener conocimientos en finanzas, marketing y/o estudios de mercado, en su mayoría estos emprendedores son egresados de los centros superiores de formación académica, que por falta de oportunidades laborales emprenden sin tener la formación adecuada en estos campos. El objetivo de la investigación fue demostrar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad para crear empresas; para tal fin, hizo uso del diseño descriptivo correlacional no experimental; se trabajó con una muestra de 616 estudiantes, y para la obtención de datos se empleó un cuestionario. Concluyó indicando que existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y capacidad de crear empresas, al obtener un valor de (Rho de Spearman de 0,636); necesidad de logro (Rho = 0,54), control sobre los hechos (Rho = 0,488), creación e innovación (Rho = 0,529), predisposición al riesgo (Rho = 0,376) y autoconfianza (Rho = 0,533).

Morales (2021), realizó la investigación teniendo en cuenta a los grandes cambios a nivel mundial, así como en el sector tecnológico que generan economías industrializadas; además menciona que, los que conducen empresas la mayoría son quienes estudiaron carreras profesionales orientados a la creación de empresas, como contabilidad, economía y administración. Entonces, para la investigación tomó en cuenta a los estudiantes de Ingeniería Agronómica, ya que no hay conocimiento sobre la actitud emprendedora de los estudiantes de esa carrera; y en el proyecto de tesis el objetivo fue determinar la relación entre las variables de la actitud emprendedora y espíritu empresarial, considerando como metodología al diseño no experimental, correlacional de tipo transversal, en base a la muestra conformada por 140 estudiantes. Concluyó indicando que, existe una relación positiva y fuerte entre la variable actitud emprendedora y espíritu



empresarial en los estudiantes encuestados ($Rho = 0,712$), iniciativa ($Rho = 0,573$), autoconfianza ($Rho = 0,383$) y creatividad ($Rho = 0,703$).

Rivera et al. (2019), realizaron la investigación teniendo en cuenta que en las economías modernas el conocimiento es muy importante, ya que los que lograron avanzar a nivel económico y social, son los que lograron cimentar sus progresos en los conocimientos. Además, en el sistema educativo se debe implementar mallas curriculares sobre temas de emprendimiento, ya que existen estudiantes con carencia de actitud emprendedora y bajas aspiraciones para alcanzar metas. El objetivo de la investigación fue identificar la relación entre las habilidades y actitudes emprendedoras de los estudiantes. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo y correlacional; y se estableció como muestra a una cantidad de 199 estudiantes. En la investigación concluyeron que existe una correlación alta entre la actitud emprendedora y habilidades sociales ($Rho = 0,759$), y según el estudio casi el 60% de estudiantes presentaron baja actitud emprendedora. Respecto a la dimensión capacidad de realización ($Rho = 0,635$), capacidad de planificación ($Rho = 0,651$) y capacidad de relacionarse socialmente ($Rho = 0,697$). Entonces, los estudiantes aparte de un buen nivel académico, también requieren de habilidades sociales para interactuar con sus entornos.

Alejandria (2021), realizó la investigación considerando que los jóvenes están empezando a querer cambiar el mundo a través de la innovación con el uso de tecnologías emergentes, y que estos surgen por las situaciones laborales en el país; y que en la mayoría de los países las personas no pueden cubrir las necesidades básicas del hogar. Por otro lado, existen personas con capacidades para emprender, como en Estonia en donde los estudiantes reciben el apoyo de las



universidades para aprender temas empresariales, pero en caso de Perú a pesar de que las personas ejecutan sus ideas de emprendimiento, terminan cerrando el negocio, no llegan a madurar y esto se refleja en la tasa de trabajo. Entonces en base a estos casos se planteó como objetivo determinar la actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de empresas; y para esto se empleó el método cuantitativo, diseño no experimental, aplicó una encuesta a 126 estudiantes. Los resultados más resaltantes son: El 97.3 % de estudiantes indicaron tener intenciones emprendedoras, el 95.3 % de los estudiantes presentaron voluntad emprendedora y el 92.1 % presentaron habilidades emprendedoras. La conclusión es que, de 126 estudiantes, un tercio de estudiantes tenían inclinación a crear una propia empresa.

Mitma (2018), en su investigación menciona que las Mypes contribuyen a la generación de empleos, así mismo cooperan con el desarrollo económico del país, ya que si los pequeños empresarios crecen también generan más oportunidades laborales; y en caso de Huancavelica existe alrededor de 34,123 micro y pequeñas empresas formales e informales, tienen tecnología y capacidad gerencial limitada, y que por eso los bienes y servicios que ofrecen no son de buena calidad; por otro lado, las normatividades tributarias constituyen una limitación para la formalización, sumado a esto la inestabilidad política, económica y social. Otro aspecto limitante para los emprendedores es la limitada accesibilidad a créditos. En su tesis definió como objetivo determinar la relación entre el espíritu emprendedor y la creación de Mypes en los estudiantes, considerando como método de estudio al método descriptivo correlacional y diseño transversal. Aplicó un cuestionario a una muestra conformada por 114 estudiantes, y concluyó indicando que existe una relación alta y significativo entre



el espíritu emprendedor y la creación de Mypes, al obtener el coeficiente de correlación de Pearson de (0,915); cualidades personales (0,806), habilidades sociales (0,810) y habilidades de dirección (0,814).

Valreymond et al. (2020), mencionan que los universitarios al egresar carecen de oportunidades laborales y estos generan problemas económicos y sociales, y en el transcurso del tiempo encontrar puestos de trabajo es un poco más complejo; ante esto el objetivo de la investigación fue determinar los modelos de referencia, las expectativas de trabajo y el ambiente universitario que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes. El estudio fue de tipo explicativo, no experimental y transversal. Aplicaron una encuesta a 283 alumnos; y a nivel estadístico usaron el modelo de trayectoria de mínimos cuadrados parciales a través del programa estadístico SMARPLS versión 3.2.8. Al contrastar hipótesis con el coeficiente path según la distribución t de Student de cola n-1, generaron los siguientes resultados: Modelos de referencia primaria con un valor de 0.043, modelos de referencia secundaria con un valor de 0.155, expectativas de trabajo con un valor de 0.408 y ambiente universitario con un valor de 0.257. Concluyeron indicando que los ambientes de la universidad y las expectativas de trabajo influyen significativamente en la actitud emprendedora de los estudiantes. También indican que; los padres y otros miembros de familia no influyen tanto a la actitud emprendedora. Sin embargo, como fuente de inspiración para los estudiantes, en su actitud emprendedora, eran sus compañeros, amigos y profesores; pero identificaron que la influencia era débil.



2.1.3 Antecedentes locales

Sucapuca (2020), considera que el espíritu empresarial como una materia académica aún no se ha investigado adecuadamente, y las intenciones emprendedoras aún siguen siendo un campo inexplorado y que es importante conocer los factores que determinan las intenciones emprendedoras, y también menciona que, aunque existe predisposición para poner en marcha un emprendimiento no hay disposición para identificar alguna oportunidad de emprendimiento. Se planteó como objetivo identificar los principales factores que influyen en la actitud emprendedora en los estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA – Puno. Como método de estudio se empleó al método descriptivo correlacional, y se realizó una encuesta a 90 estudiantes. Luego de realizar regresiones y según los criterios de Z Statistic y Chi², concluyó indicando que la creatividad con un valor de 0.681363, utilidad con un valor de 0.7315441, formación empresarial con un valor de 0.2758046 y control percibido con un valor de -0.150344 son los principales determinantes que afectan de manera positiva a la probabilidad de que los alumnos puedan ser emprendedores.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Emprendimiento

El emprendimiento se empezó a estudiar hace más de 250 años, y en los últimos años aumentó la intensidad de estudio (Radovich, 2017). El término emprendimiento se introdujo por primera vez en el diccionario en el año 1732, tenía el significado de empuje para realizar actividades específicas y lograr objetivos (Quispe, 2020). El emprendimiento se da al crear una nueva empresa, y los términos que se asocian al emprendimiento son: crear, iniciar y fundar (Quispe,



2020). El emprendimiento es entendido como la acción de emprender, es decir, comenzar una actividad con un determinado objetivo, y para lograrlo se tienen que superar muchos obstáculos y de ellos aprender para seguir mejorando, hasta lograr lo que uno espera para su propia satisfacción (RAE, 2022). El emprendimiento tiene que ver con la innovación, es decir con la introducción de un cambio en la gestión pública, en la elaboración de un producto, en la estructura social o en alguna organización empresarial (Camarena, 2019).

El emprendimiento es una alternativa de vanguardia considerado como uno de los factores principales y necesarios para fomentar el desarrollo social y económico de los países (Linares, 2006, citado en Mitma, 2018). El emprendimiento es considerado como un factor desencadenante de resultados favorables como el desarrollo de la economía y la generación de puestos de trabajo, esto a través de los emprendedores que desarrollan conductas para lograr sus objetivos haciendo uso de sus habilidades y talentos personales (Romero, 2022). El emprendimiento se relaciona con el crecimiento económico y con el desarrollo de un país, involucrando la innovación, proponiendo nuevas alternativas de responder y satisfacer las necesidades de la sociedad (Guzman, et al., 2020).

2.2.2 Actitud emprendedora

La actitud tiene que ver con la conducta de una persona al realizar ciertas actividades, en el que puede actuar de forma positiva o negativa, en base a sus creencias, cultura, conocimiento y valores (Camarena, 2019). Una persona con actitud emprendedora toma acciones innovadoras y va tras su objetivo hasta lograrlo sin importar el tiempo, dinero y esfuerzos (Bucardo et al., 2015).



Entonces, la actitud emprendedora permite a una persona iniciar proyectos y crear nuevas cosas o innovar cosas sobre lo que ya existe, con un alto nivel de persistencia hasta lograr su objetivo (Duran y Arias, 2016).

La actitud emprendedora tiene que ver con la capacidad moral de iniciar, realizar y actuar; estos generan un deseo de auto realización (Churruca y Monterrey, 2021). La actitud emprendedora constituye la capacidad de crear o iniciar un proyecto, con una autoconfianza que permita la determinación de actuar en pro a las inquietudes hasta hacerlos realidad (Lozada, 2018). Entonces la actitud emprendedora tiene que ver con los aspectos psicológicos de una persona, como las conductas, pensamientos, sentimientos, motivación, emoción y deseo que tiene una persona para iniciar una actividad empresarial.

2.2.2.1 Factores de la actitud emprendedora.

Un emprendedor es una persona dotada de capacidades para crear nuevas oportunidades en el aspecto económico; así como nuevos productos, nuevas formas de producción y nuevas formas de organización; estas personas se distinguen por la disposición que tienen para emprender; entonces los factores que definen un perfil emprendedor y por ende una actitud emprendedora son los factores sociodemográficos, psicológicos y situacionales (Espí et al., 2007, citado en Guzmán et al., 2020).

2.2.2.1.1 Factores sociodemográficos.

Los factores sociodemográficos que inciden en la actitud emprendedora de los estudiantes son: edad, procedencia cultural y conocimientos del programa de emprendimiento (Galvez et al., 2020). Los



factores sociodemográficos del emprendedor son: la edad, género, cultura, ocupación de padres, educación, y la experiencia (Guzmán et al., 2020).

- a. **Edad:** Dicen que la edad perfecta para emprender es a partir de los 35 años, pero esto no aplicó en Mark Zuckerberg, Bill Gates o Steve Jobs, fundaron sus compañías antes de tener los 23 años, por lo tanto, no hay una edad correcta para emprender (López, 2013). Y es cierto, por ejemplo, José Quisocala, emprendió a sus 7 años, creando el Eco Banco del Estudiante Bartselana, un emprendimiento que consiste en el intercambio de productos reciclables por dinero; y otro caso es Ray Kroc, quien inició con su proyecto a los 52 años y convirtió a McDonald's en una empresa multinacional.
- b. **Género:** En la actualidad aproximadamente 128 millones de mujeres son líderes de grandes empresas (Global Entrepreneurship Monitor, 2023). Normalmente se escucha hablar más de varones emprendedores y empresarios exitosos, como de Elon Musk, Bill Gates, Mark Zuckerber, Jack Ma, Richard Branson y entre otros; pero también podemos nombrar a Sheryl Sandberg, Melanie Perkins, Andrea Barber, Alicia Asín y entre otras mujeres emprendedoras y líderes de grandes empresas.

De acuerdo a estos ejemplos, las mujeres como los varones tienen la capacidad de emprender, iniciar un negocio y crear grandes empresas en base a sus conocimientos y habilidades propias.

- c. **Cultura:** El emprendimiento depende de muchos factores como las condiciones del contexto nacional, político, social y cultural de los estudiantes (Rivadeneira y Cruz, 2020). La cultura es un conjunto de



rasgos distintivos, materiales y espirituales que definen las características de un determinado grupo social, que engloba modos de vivir, arte, derechos, creencias y el conjunto de valores (Ballesteros et al., 2018). La cultura es el resultado de las interacciones del ser humano con su medio, y de las interrelaciones entre los seres humanos; que se transmite de generación en generación (Vallejo, 2003).

La cultura se crea a partir de las dinámicas diarias en donde las personas comparten su forma de ser, sentir y actuar de acuerdo al contexto en donde se han desarrollado (Tolosa, 2019). La cultura propia es el mejor reflejo que se puede dar como un miembro de una sociedad (Escate, 2015).

- a. Ocupación de los padres:** Otro aspecto vinculado al factor sociodemográfico es la ocupación de padres, porque en base al diario vivir influyen en el desarrollo de la actitud emprendedora de sus propios hijos. Al crecer en una familia de emprendedores se aprende de las actividades diarias y sirve como referencia para tener una visión empresarial (Peña et al., 2021). La familia es una base muy importante para el desarrollo de la intención emprendedora de los hijos, y principalmente los padres como miembros de una familia tienen mayor probabilidad de influir en la intención emprendedora de los hijos (Criaco et al., 2017).

Los que están involucrados desde pequeños en un ambiente empresarial tienen mayores responsabilidades en el trabajo (Santamaría et al., 2013).



- b. Educación:** Las actitudes emprendedoras están relacionados con la educación, ya que el estudiante en su formación académica va asimilando oportunidades de emprendimiento (Rivadeneira y Cruz, 2020).

Un buen emprendedor tiene que tener una buena actitud y educación, así mismo debe adaptarse a los cambios (Lederma et al., 2014). En la pandemia, muchas empresas cerraron y por ende también se generó desempleos. El desempleo se puede reducir con un buen sistema educativo (Díaz et al., 2021). Con la educación y la experiencia laboral se aumenta el nivel de la actitud emprendedora (Churruca y Monterrey, 2021).

Una de las formas para educarse es la educación autodidactica, en donde una persona adquiere conocimientos por sí mismo acerca de temas de su interés, sin la necesidad de un profesor, mentor o maestro. El autodidactismo es una forma de aprender, y que no reemplazó al aprendizaje tradicional, sino que lo ha complementado (Cristóbal, 2019).

El autodidacta aprende por placer y como recompensa obtiene conocimientos y habilidades; y una persona con interés de emprender, puede mejorar sus aptitudes y actitudes para crear grandes empresas (Barrón et al., 2010).

2.2.2.1.2 Factores psicológicos.

- a. Perseverancia:** La perseverancia se inscribe en la psicología de la personalidad y se fomenta con el desarrollo de una mentalidad de crecimiento (Furman et al., 2020). La perseverancia es una cualidad que debe encontrarse en los emprendedores; porque en varios casos, los buenos resultados o ganancias no se logran en los siguientes



meses o de manera inmediata, sino en un largo plazo (Trujillo, 2022). Entonces la perseverancia es uno de los elementos importantes para emprender, precisando que es una actitud de no tener miedo al esfuerzo, ni a la resiliencia; es decir si uno fracasa en sus intentos, debe levantarse de nuevo y seguir con la misma pasión con la que se inició un proyecto.

- b. Error y aprendizaje:** El aprendizaje no solo es a través de las certezas, sino también a través de los errores. Se puede aprender de los errores y que nadie está exento de ello, pero las constantes decisiones incorrectas pueden poner en riesgo la permanencia de la empresa en el mercado (Ortiz et al., 2014). En la empresa Google Inc. se tolera los errores de los empleados y consideran como un proceso de aprendizaje, porque para ellos significa la obtención de productos innovadores, y por eso en esta empresa se anima a no tener miedo a cometer errores (Ortiz et al., 2014).

En el camino hacia el logro de los objetivos se convive con los errores, que pueden tratar de desanimar a uno, pero se debe seguir por la importancia que tienen los objetivos y metas. Ante esta concepción, también es importante tener en cuenta que los grandes empresarios para lograr sus objetivos han cometido errores (Ballesteros, 2021).

- c. Actitud competitiva:** La competitividad se remonta a los orígenes del ser humano, cuando las personas intentaban hacer cosas diferentes y mejores que sus competidores, haciendo uso de la innovación y creatividad, para así ganar la aceptación y aumentar clientes.



La competitividad depende de la capacidad de innovación de las empresas, y del esfuerzo que hacen para ser mejores (Días et al., 2020). En la actualidad el sentido de la competitividad está presente en muchas personas, y que al parecer nuestra vida se rige por la competitividad, pero, así como puede servir como estímulo para esforzarse más, también crea una actitud de no cooperar con el entorno, y por ende no es bueno hacer de ello un reto constante (Guerri, 2023).

d. Autoconfianza: Parte de la psicología también es la confianza en uno mismo, y que también es importante para un emprendedor. La autoconfianza es tener seguridad de uno mismo, y una esperanza firme de que se puede alcanzar el objetivo o meta (Soonets, 2021). La autoconfianza, incrementa el nivel de nuestra disciplina.

Los exitosos, creen en sí mismos y en que son capaces de lograr sus objetivos y metas, no les importa las críticas u opiniones de los demás, ya que como emprendedor saben lo que tienen que hacer. Para desarrollar una buena autoconfianza se debe mantener una alta autoestima, ya que estos dos términos están relacionados entre sí (López, 2023).

e. Gestión de riesgos: Los emprendedores que inician sus proyectos arriesgan su tiempo, trabajo, dinero y no saben si tendrán éxito o no; esta incertidumbre es generada por los riesgos que podrían ocurrir a nivel interno o externo del emprendimiento, y esto de manera constante. Sin embargo, estos riesgos se pueden mitigar identificando y controlando en base a una buena planificación (Pasquinelli, 2020).



El riesgo está presente en todo, es así que al emprender un proyecto uno se enfrenta a múltiples riesgos, y es de vital importancia la gestión de estos riesgos para minimizar el impacto a la empresa (Seco, 2023).

2.2.2.1.3 Factores situacionales.

Los emprendedores emprenden por necesidad y por oportunidades (Lebendiker, 2013). Para agregar a esta concepción también es importante tomar en cuenta la capacidad que un emprendedor tiene para financiar su proyecto, para tomar en cuenta la globalización que permite el acceso a nuevos mercados, y también considerar como un aliado a las herramientas tecnológicas en estos tiempos de digitalización y automatización.

a. Emprendimiento por necesidad: Los factores situacionales tienen que ver con la creación de empresas, y entre ellos está el desempleo que aqueja a las personas y por esa razón se ven en la obligación de emprender (Guzmán et al., 2020). Es necesario reducir la brecha del desempleo en base a estrategias de emprendedores capaces de formar y crear grandes empresas (Díaz, 2021).

Los que emprenden por necesidad no siempre tienen una formación académica en temas empresariales, pero aun así emprenden por una necesidad (Lebendiker, 2013, citado en Radovich, 2017).

b. Emprendimiento por oportunidades: El emprendimiento por oportunidad se da con la detección y aprovechamiento de oportunidades de negocio que hay en el mercado (Guzmán et al., 2020). Es una de las características del emprendedor identificar



oportunidades y luchar por encontrarlas (Churruca y Monterrey, 2021).

El emprendimiento por oportunidad inicia con la observación y detección de alguna oportunidad de negocio, y generalmente estos emprendedores tienen formación en temas de emprendimiento (Lebendiker, 2013, citado en Radovich, 2017).

- c. Capacidad de financiamiento:** Uno de los recursos importantes para emprender es el recurso financiero, con este recurso se capta colaboradores, se adquieren herramientas, equipos y materiales para trabajar. El financiamiento es el capital que recibe una persona para poner en marcha su proyecto (Chavez, s.f). A través de la financiación se adquieren bienes o servicios, esto con el fin de hacer realidad el emprendimiento (Costa, 2018). El financiamiento implica una obligación en el futuro; por ejemplo, al obtener un préstamo bancario se tiene que pagar cuotas periódicas durante un determinado tiempo, y si el financiamiento es por parte de un inversionista también existe una obligación a futuro.
- d. Globalización:** La globalización significa un cambio hacia una economía mundial con mayor interdependencia e integración (Hill, 2001, citado en Puerto, 2010). La globalización permite una mayor eficacia a nivel productivo y en las formas de trabajo en las empresas, así como las nuevas formas de relación con los proveedores, clientes y otros (Brunet y Belzunegui, 2000). Si el objetivo de una empresa es conquistar nuevos mercados en otros



países, la globalización es un medio que lo compromete a trascender a un espacio en donde existe grandes transformaciones (Puerto, 2010).

El mundo conectado y globalizado genera un escenario favorable para ejecutar nuevas ideas de negocio, teniendo como un aliado al avance tecnológico. La interconexión que estamos experimentando en la actualidad brinda oportunidades para emprender y potencia el alcance del negocio; ya que hoy los factores geográficos no son límites para emprender (Terol, 2021).

- e. **Herramientas tecnológicas:** Las herramientas tecnológicas son cualquier tipo de software o hardware, con el cual se pueden realizar actividades en menor tiempo, ahorrando recursos económicos y recursos humanos, generan mayor rentabilidad, mayor innovación, y la rápida respuesta a los consumidores (Nebreda, 2023).

La globalización como los avances tecnológicos disminuye las brechas culturales y también mejoran la economía; y los emprendedores pueden aprovechar para potenciar sus negocios y abarcar nuevos mercados; es decir, de ofrecer productos a nivel local, con las herramientas tecnológicas es posible llegar a los mercados nacionales o internacionales. Así mismo, las herramientas digitales permiten la digitalización de las tiendas tradicionales, porque un local u oficina puede ser simplemente algún dispositivo electrónico (Grandón, 2023).



2.2.3 Desarrollo de la capacidad de creación de empresas

El término desarrollo no tiene una definición única, sino que va evolucionando en base a los diferentes pensamientos y valores de la sociedad, por eso se puede definir desde múltiples perspectivas de acuerdo a cada pensamiento y dimensiones consideradas en los estudios (Dubois, 2002, citado en Irausquín et al., 2016). Las capacidades son mejoradas a través de las experiencias y formaciones académicas, que van incrementándose paulatinamente, de forma que cada vez son más útiles para generar beneficios para uno mismo y/o para los demás. Las capacidades para crear empresas también deben comprenderse a través de los antecedentes familiares, aspectos de la sociedad, recursos, infraestructura, tecnología etc. (Sandoval et al., 2020, citado en Romero, 2022). La capacidad de creación de empresas es definida como la habilidad que tiene una persona para elaborar un plan integrado e innovador, y que a través de esfuerzos y recursos es capaz de que la idea de emprendimiento se concrete en un tiempo específico (Pérez, 2021, citado en Romero, 2022).

Una empresa es una organización en donde se realizan actividades económicas por personas que comparten características e intereses similares, y que buscan lograr una serie de objetivos (Sánchez, 2020). Entonces el desarrollo de la capacidad de creación de empresas comprende la evolución de aptitudes personales orientados a la creación de empresas, esto significa que un emprendedor debe tener las cualidades y conocimientos que van desde las imaginaciones hasta saber tomar decisiones en tiempo y lugar oportuno (Pérez, 2021, citado en Romero, 2022).



2.2.3.1 Dimensiones del desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Se puede estudiar a la capacidad de creación de empresas de los estudiantes con tres dimensiones: Conocimiento empresarial, experiencia empresarial y motivación empresarial (Radovich, 2017).

Las actividades primordiales que permiten la óptima ejecución de procesos empresariales o de emprendimientos, son las automotivaciones, conocimientos y todas las experiencias adquiridas a lo largo del tiempo; y por otra parte también tiene una mayor repercusión en el éxito empresarial el entorno en donde se encuentra una determinada persona (Gartner, 1989, citado en Quispe, 2020).

2.2.3.1.1 Conocimiento empresarial.

El emprendedor en base a sus conocimientos y habilidades, debe ser capaz de reunir un equipo de colaboradores capaces de contribuir a la empresa y que compartan las mismas líneas de interés en lograr los objetivos; y lo más importante es que el emprendedor debe tener conocimientos para administrar y gestionar de manera eficiente y eficaz los recursos, ya que sin estos conocimientos todo quedaría en un sueño más que en una realidad.

Quispe (2020), describe que los emprendedores deben contar con los siguientes conocimientos:



- Conocimiento del proceso que se debe seguir para crear una empresa (registro de nombre de la empresa, elección del régimen tributario, etc.).
- Conocimiento acerca de los sistemas empresariales, así como las finanzas, etc.
- Conocimiento acerca del lugar en donde va operar la empresa.
- Conocimiento para dirigir y liderar la empresa.

El grado de probabilidad de éxito de un emprendedor depende de sus conocimientos, habilidades y motivaciones (Veciana, 2005). Poner en marcha un determinado negocio es complejo, y para ser un emprendedor exitoso se debe contar con un alto grado de desarrollo de conocimientos (Mitma, 2018). Los estudiantes que egresan de institutos superiores pueden generar ingresos económicos, según los conocimientos que han adquirido en la realización de sus estudios (Aranda, 2022).

Entonces, en base a estas concepciones se determina los siguientes indicadores para este proyecto de investigación, los mismos que están relacionados a la capacidad para crear empresas.

- a. Estudio de mercado:** El estudio de mercado brinda información acerca del precio que están dispuestos a pagar los consumidores por un determinado producto o servicio, y también permite generar información acerca de la cantidad de demanda, las características de los potenciales compradores y el conocimiento de los canales de comercialización del bien o servicio; en sí, el fin es ratificar la posibilidad de lanzar un producto al mercado (Medina, 2021).



A través del estudio de mercado se analiza y se describe el tamaño y poder de compra de los consumidores, además se obtienen informaciones acerca de la disponibilidad de los distribuidores y otros perfiles de los consumidores. Para el estudio de mercado se pueden hacer entrevistas individuales o debates en grupos, y en caso de poblaciones amplias se pueden medir y numerar, por ejemplo, la cantidad de gente que compra un determinado producto, la frecuencia con el que compran y donde lo compran (Malhotra, 2008, citado en Florián y Silva, 2016).

b. Equipo de colaboradores: Al crear una empresa se debe contar con la capacidad de identificar colaboradores que realmente puedan aportar a la empresa. Elegir a un socio o un colaborador no es fácil, ya que se trata de una decisión muy importante, esto debido a que el futuro de la empresa o negocio dependerá de las personas con quienes se trabajará (Santos, 2023). La amistad no siempre funciona en un negocio; por eso, lo mejor es hacer negocios con personas que complementen roles, que tengan objetivos comunes (Coppari y Alvarez, 2022).

En diversas etapas de la empresa es posible que se presenten altibajos, que pueden desanimar a los colaboradores, y ante esta situación los responsables deben buscar siempre la satisfacción de ellos, porque es muy complicado lograr compromiso, aporte y productividad de colaboradores insatisfechos (Vega, 2017).

c. Administración de recursos: Existen diversos recursos, pero estos deben ser identificados de acuerdo a los requerimientos del

emprendimiento. Las empresas para su máxima productividad y logro de los objetivos, requieren de capital, trabajadores, instalaciones, materia prima y tecnología; que deben ser administrados adecuadamente (Reyes, 2021).

Tabla 1

Clasificación de recursos empresariales

Recursos	Concepción
Recursos humanos	Es todo el personal que integra una empresa.
Recursos financieros	Es la capacidad monetaria y económica de la empresa, y estos pueden ser provenientes por las ventas o inversiones.
Recursos materiales	Son bienes tangibles con los que dispone una empresa, por ejemplo: maquinarias, instalaciones etc.
Recursos tecnológicos	Son técnicas, sistemas y procesos necesarios para el mejor desempeño profesional.

Nota. Datos tomados del trabajo realizado por Prieto (2020).

- a. **Normas legales:** Al emprender, uno experimenta desafíos, problemas y obstáculos; para ello es importante conocer las reglas del mundo empresarial. Existen emprendedores que no toman en cuenta el aspecto legal, por no querer pagar impuestos, u otras justificaciones; sin embargo, estos emprendedores corren más riesgos de quedar fuera del mercado. El incumplimiento de las normas legales a veces se da por desconocimiento, por ejemplo, cuando uno no tiene claro acerca de las normatividades ni como se aplican; al momento de realizar un acuerdo comercial esta empresa estará incurriendo en faltas legales, que pueden afectar negativamente al aspecto financiero de la empresa y/o atentar contra la reputación e integridad de la organización (Toriz, 2017).

La empresa que opera legalmente garantiza la seriedad del negocio y muestra mayor transparencia; genera mayor confianza en los clientes e inversionistas, en cambio las empresas que operan de manera informal pueden sufrir de robos y otros problemas legales.

- b. Etapas del emprendimiento:** En las etapas del emprendimiento el emprendedor convive con diferentes desafíos y oportunidades. Para lograr la efectividad en cada etapa del emprendimiento se debe interactuar con organizaciones que se interactuarán de manera directa e indirecta (Mason y Brown, 2014).

Tabla 2

Etapas del emprendimiento

Etapas de emprendimiento	Descripción
Idea de negocio	Se plantea la idea del emprendimiento y se debe hacer un estudio de lo que se ofrece y no se ofrece a un mercado.
Ejecución de la idea de negocio	Se pone en marcha la idea del emprendimiento, se busca financiamiento y otros recursos necesarios.
Salida al mercado y crecimiento	Escalamiento de posiciones en el mercado.
Expansión	Se aumenta el nivel de producción para cubrir la demanda; y para eso también se aumenta la adquisición de recursos.
Internacionalización	Internacionalización del producto o servicio.

Nota. Datos tomados del trabajo de investigación realizado por Bonilla (2023).

2.2.3.1.2 Experiencia empresarial.

Las experiencias laborales y empresariales permiten a una persona visualizar mejor su futuro, a diferencia de una persona que aún no tiene experiencia laboral. Sin embargo, las personas también pueden visualizar



mejor sus futuros a través de las experiencias laborales que comparten con ellos sus familias, amigos y conocidos.

En la actualidad también es posible conocer las historias y experiencias de grandes empresarios, esto a través de los sitios web; y estos también aportan conocimientos al emprendedor.

Las habilidades y experiencias le dan una visión amplia de oportunidades a una persona, y puede tener más posibilidades de éxito (Veciana, 2005). La experiencia empresarial es un factor importante ya que tiene una relación significativa con la actitud emprendedora (Díaz, 2021).

a. Experiencia laboral propia: Las actitudes pueden cambiar de acuerdo a las experiencias de una persona (Moscovici, 1988). Radovich (2017), en su investigación generó un resultado en donde el 78.3 % de los estudiantes contaban con experiencia empresarial, y tenían más claro por qué emprender.

Una experiencia laboral permite a los estudiantes tener más ideas de emprendimiento, ya que las experiencias nutren sus habilidades para identificar oportunidades (Radovich, 2017). Fernández (2017), menciona que a los estudiantes que no tienen experiencia laboral no les interesa tanto el emprendimiento. Peterman y Kennedy (2003), en su investigación indicaron que los estudiantes en su mayor porcentaje ya tenían experiencias de trabajo en empresas, y por ende también tenían mayores deseos de tener una propia empresa. Los emprendedores pueden fracasar,



pero la experiencia ganada les da otras mejores oportunidades (Mitma, 2018).

- b. Experiencia laboral Familiar:** Quispe et al. (2022) generaron como resultado de la investigación que una gran cantidad de estudiantes, aún no habían tenido una experiencia empresarial y que la mayoría también no tenían familiares que tengan negocios o empresas; por ende, los estudiantes tenían cierto temor para emprender y crear empresas.

Los socios fundadores de las empresas se preocupan por enseñar a sus hijos a trabajar en actividades de la empresa; para que luego los hijos puedan encargarse de tomar el control de la empresa (Santamaria et al., 2013).

- c. Experiencia laboral de amigos:** Para la persona que quiere emprender, puede ser que existan muchos interrogantes; por ejemplo, el tiempo que dedicará al emprendimiento, los riesgos que se correrán, y entre otras muchas incertidumbres que no le permitirán tener claro sobre emprender o no; y las experiencias laborales o empresariales que comparta un amigo pueden aportar una visión enriquecedora.

Para un emprendedor, los amigos son aquellas personas que aportan valor, otros puntos de vista, confianza y conocimientos para darle forma y hacer crecer los proyectos de negocio y/o emprendimientos.

- d. Experiencia laboral de conocidos:** Una persona conocida es con quien se tiene una comunicación o un trato, pero no de amistad;



considerando que la amistad tiene que ver con una comunicación de confianza y afecto (Real Academia Española, 2014). Entonces, una persona que quiere emprender también puede concretar su idea de emprendimiento a través de las experiencias de otras personas que no necesariamente sean sus amigos, pero que tenga una relación respetuosa y profesional; por ejemplo, una conversación que se puede tener con una persona al que se conoció en un evento empresarial, con un compañero de trabajo, o con un docente de alguna institución.

- e. **Experiencias de grandes empresarios:** Poner en marcha una idea de emprendimiento y que tenga gran impacto no es fácil. Sin embargo, nos encontramos rodeados de cosas increíbles que se lograron por el esfuerzo, perseverancia y pasión de sus creadores (Chavesta, 2020).

Para una persona que quiera emprender, pero no tiene la inspiración necesaria, pueden ser muy importante las historias y experiencias de los creadores de las grandes empresas, ya que revisar el pasado siempre es esclarecedor e inspirador.

Existen diversas experiencias por los que pasaron los grandes empresarios; por ejemplo, Steve Jobs quien fundo una empresa, fue despedido de su propia empresa; y en una entrevista él expreso que esa experiencia había sido lo mejor que le había pasado en su vida. Otro caso es Elon Musk quien al tener la idea de fabricar cohetes espaciales recibía



burlas y le hacían memes; pero en la actualidad coloca satélites en el espacio haciendo uso de sus propios cohetes.

Son más jóvenes que se atreven a emprender y también hay más casos de éxito de emprendedores, que en base a su constancia, perseverancia y disciplina lograron destacar y estos casos de éxito sirven para aprender e inspirarnos para emprender (Hotmart, 2022).

2.2.3.1.3 Motivación empresarial.

Radovich (2017), menciona que “la motivación es una serie de estímulos enfocados a conseguir en las personas una serie de acciones, que le llevan a finalizar una actividad propuesta por su propio interés y voluntad” (p. 34). A mayor motivación mayor es la actitud de emprendimiento (Aranda, 2022).

Los jóvenes en la actualidad requieren mayor motivación (Díaz, 2021). La motivación empresarial es determinante en cuanto a su influencia para crear empresas (Peralta, 2018). La motivación empresarial tiene que ver con el deseo de probarse a uno mismo sobre las seguridades que se tiene para triunfar y tener éxito, bajo una comparación de sí mismo en diferentes etapas de la vida (Guedez, 2003, citado en Quispe, 2020).

- a. Ingreso económico:** Los ingresos monetarios no deben ser el principal factor motivacional para crear empresas, sino también la seguridad familiar, entrega de productos de valor a los clientes y otras recompensas a largo plazo (Galves et al., 2020). Una persona, por mucho que trabaje y se esfuerce en una empresa, puede ser que no vea reflejado ese esfuerzo en la nómina, el pago es solo por las



horas de trabajo y listo; pero el tener una propia empresa da posibilidades de poder generar más ingresos (Izquierdo, 2020).

- b. **Pasión por el trabajo:** El emprendedor sin pasión, aunque tenga conocimientos habilidades y todos los recursos fracasará, porque la pasión hace que el emprendedor sea infatigable y obstinado; al emprendedor apasionado no le interesa si su emprendimiento sea descabellado o un tanto irreal, lo único que hace es trabajar con pasión y convicción hasta lograr cada uno de sus objetivos (Polo, 2018).

Cuando se siente pasión por el negocio uno nunca se siente desmotivado, sin importar si las cosas salen bien o mal, el emprendedor apasionado sigue trabajando hasta consolidar su empresa, considerando que no existe un negocio perfecto o más rentable, todo depende de la pasión por el negocio (Díaz, 2012). Cuando uno emprende por pasión y quiere compartir con el mundo, en momentos en que la rentabilidad no sea lo esperado, el emprendedor solo analiza las causas de los malos resultados y sigue trabajando hasta lograr sus objetivos (Díaz, 2011).

- c. **Horario de trabajo:** Al trabajar en otra empresa se tiene un horario predefinido y es imposible compaginar el horario con otras cosas que a una persona le gustaría hacer, pero al ser un emprendedor o empresario es posible organizar mejor el tiempo para el trabajo. Al emprender se dispone muchas horas de trabajo, pero al lograr estabilizar la empresa ya se puede organizar el tiempo de la forma más conveniente (Izquierdo, 2020).



El emprendedor puede llegar tarde a la oficina o irse temprano, pero si el emprendedor quiere lograr sus metas trabajará más que un empleado, incluso los fines de semana, porque al emprender en lugar de jefe se tiene a los clientes (Milanesi, 2021). El emprendedor puede crear su propio horario, pero solo si es el único responsable del negocio, porque si la responsabilidad es compartida con otros socios, entonces la libertad es limitada (Gómez, 2010).

- d. Libertad para tomar decisiones:** El emprendedor cuenta con autonomía en toma de decisiones, y si en verdad quiere lograr sus objetivos y metas, debe tener la capacidad para organizar y definir bien el curso de acción. Para el emprendedor tomar propias decisiones puede ser una sensación de libertad, pero significa una gran responsabilidad; porque al tomar la decisión de manera independiente, al mismo tiempo se asume las consecuencias de cada decisión; el emprendedor espera que esas consecuencias sean positivas, pero no siempre son así (Soonets, 2021).
- e. Visión del emprendedor:** Existen negocios pequeños porque carecen de una gran visión, y por eso antes de emprender se debe visualizar el futuro del proyecto, y grabar esa visión en la mente, para trabajar con convicción (Díaz, 2012). La visión del emprendedor consiste en la capacidad de ver y crear mentalmente una imagen futura de la empresa; aunque aún no sea real, sirve como referencia y guía para las actividades que tenga que hacer el emprendedor (Soonets, 2021).



Crear y aportar valor en un futuro es una de las motivaciones muy importantes para emprender, porque los emprendedores que han triunfado se enfocaron en resolver algún problema o generar un cambio. La visión del emprendedor no tiene que ver con los objetivos a corto plazo, sino con aquello que se quiere lograr principalmente, una meta de gran nivel, algo que tiene que ser difícil de alcanzar, pero no imposible (Polo, 2018).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Administración

La administración como ciencia, es un proceso que consiste en planear, organizar, dirigir y controlar el uso de todos los recursos que se disponen para lograr los objetivos y metas de una organización (Chiavenato, 2006).

La administración es una ciencia porque cuenta con principios, procesos y métodos que le son característicos; y se pueden aplicar en cualquier tipo de organización, y como disciplina está relacionado con otras especialidades (Valeriano, 2008).

2.3.2 Actitud emprendedora

Es luchar por un sueño, investigar cómo puede funcionar un negocio, tener la iniciativa y la proactividad, no esperar ordenes, tener autonomía, responsabilidad, compromiso, perseverancia y disciplina (Camarena, 2019).



2.3.3 Creación de empresas

La creación de empresa es un proceso, que consiste en poner en marcha una idea de negocio, e independientemente a la actividad empresarial se debe cumplir con todas las normatividades establecidas por el estado y sociedad.

La capacidad de creación de empresas tiene que ver con la configuración y afinación de un plan de negocios, evaluación de finanzas, elección de socios y entre otros, con el fin de encaminar a la nueva empresa hacia el éxito (Torres, 2023).

2.3.4 Emprendimiento

El emprendimiento es el inicio de una determinada actividad empresarial que demanda de esfuerzos físicos y mentales de uno o más personas que persiguen un fin en común, y en el proceso experimentan circunstancias frustrantes y satisfactorias.

Es una forma de pensar y actuar para generar riqueza, aprovechando las oportunidades con visión global, y llevados a cabo por un líder, que en base a sus gestiones crea valor para la empresa y sociedad (Suaquita, 2017).

2.3.5 Emprendedor

El emprendedor es aquella persona con capacidades para identificar oportunidades y enfrentar desafíos en base a su perseverancia, compromiso y disposición a superar los obstáculos (Radovich, 2017).

Emprendedor es una persona que busca hacer las cosas de una manera diferente, y que se arriesga al aplicar innovación en una organización ya



establecida o en un nuevo proyecto de negocio. El emprendedor es la persona que toma iniciativas y acciones de gran resolución especialmente para los negocios, y siempre va buscando nuevas oportunidades en el mercado (Linares, 2002).

2.3.6 Innovar

Es explotar oportunidades mientras que otros lo perciban como problemas, creando algo nuevo o transformando algo para resolver problemas o necesidades de nuestra sociedad (Mollo, 2008).

2.3.7 Educación superior

La educación de nivel superior es el encargado de la formación de profesionales capaces de poder resolver problemas de la sociedad, de manera creativa, eficiente y eficaz en base a sus actitudes y aptitudes (Guerrero y Faro, 2012).

La educación superior es parte del sistema educativo, en donde los estudiantes al egresar de las instituciones de nivel secundario pueden seguir con sus estudios; este nivel de educación comprende a los programas de educación universitaria, tecnológico u otros que tengan autorización para impartir enseñanzas de nivel superior.

La educación superior constituye un bien científico y cultural que fomenta el desarrollo profesional, económico, tecnológico y social; además, estimula la generación de conocimientos, innovación e investigación en los estudiantes (UNESCO, 2022).



2.3.8 Éxito

El éxito es un concepto subjetivo, que después del trabajo, esfuerzo y perseverancia, se genera un resultado satisfactorio para una persona.

El éxito es abstracto porque para cada uno significa diferente, lo que para una persona puede significar éxito el ascenso en una empresa, para otra persona puede ser que eso no sea éxito (Matesanz, 2021).

2.3.9 Motivación

La motivación como un estado psicológico hace que la persona según sus propias características sienta las ganas de realizar una cierta acción, estimulado por sus objetivos y metas que quiera lograr.

La motivación es un estado interno que ayuda a las personas a enfocarse en sus objetivos y metas; es decir, la motivación como un estado interno impulsa a una persona a tomar acción, hasta lograr el objetivo personal, laboral u organizacional.

2.4 VARIABLES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

2.4.1 Variable “x”: Actitud Emprendedora

2.4.1.1 Dimensión 1: Factores sociodemográficos.

- Edad
- Género
- Cultura
- Ocupación de padres
- Educación



2.4.1.2 Dimensión 2: Factores psicológicos.

- Perseverancia
- Error y aprendizaje
- Actitud competitiva
- Autoconfianza
- Gestión de riesgos

2.4.1.3 Dimensión 3: Factores situacionales.

- Emprendimiento por necesidad
- Emprendimiento por oportunidad
- Capacidad de financiamiento
- Globalización
- Herramientas tecnológicas

2.4.2 Variable “y”: Desarrollo de la capacidad de creación de empresas

2.4.2.1 Dimensión 1: Conocimiento empresarial.

- Estudio de mercado
- Equipo de colaboradores
- Administración de recursos
- Normas legales
- Etapas del emprendimiento

2.4.2.2 Dimensión 2: Experiencia empresarial.

- Experiencia laboral propia
- Experiencia laboral familiar
- Experiencia laboral de amigos



- Experiencia laboral de conocidos
- Experiencias de grandes empresarios

2.4.2.3 Dimensión 3: Motivación empresarial.

- Ingreso económico
- Pasión por el trabajo
- Horario de trabajo
- Libertad para tomar decisiones
- Visión del emprendedor

2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 3

Operacionalización de la variable: Actitud emprendedora

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Actitud emprendedora	De acuerdo a Churruca y Monterrey (2021), “la actitud emprendedora es cuando una persona se siente motivado para trabajar por sus metas y también se siente inspirado para poder construir su proyecto de vida sin que se conforme con lo que tiene; así mismo, es tener el deseo de convertirse en lo que puede llegar a ser” (p. 25).	Actitud emprendedora que tienen los estudiantes del tercer y quinto semestre de la carrera de Administración del Instituto Superior de Educación Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, considerando las dimensiones de: Factores sociodemográficos, factores psicológicos y factores situacionales.	Factores sociodemográficos	Edad Género Cultura Ocupación de los padres Educación Perseverancia Error y aprendizaje Actitud competitiva Autoconfianza Gestión de riesgos Emprendimiento por necesidad Emprendimiento oportuno Capacidad de financiamiento Globalización Herramientas tecnológicas	Ordinal

Nota. La presente tabla de elaboración propia contiene datos considerados para el desarrollo del presente proyecto de investigación.

Tabla 4

Operacionalización de la variable: Desarrollo de la capacidad de creación de empresas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nive med
Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	Según Quispe (2020), “la creación de una empresa inicia con la identificación de un problema o de una necesidad del mercado, y el emprendedor busca darle una solución, en base a su capacidad para reunir los recursos necesarios, investigar el mercado, investigar la competencia, también identificar proveedores y posteriormente evaluar la oportunidad empresarial” (P.30).	Estudiantes matriculados en el tercer y quinto semestre de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público –Mañazo; periodo 2023, que van desarrollando sus capacidades para crear empresas en base a sus conocimientos, experiencias y motivaciones empresariales.	Conocimiento empresarial	<p>Estudio de mercado</p> <p>Equipo de colaboradores</p> <p>Administración de recursos</p> <p>Normas legales</p> <p>Etapas del emprendimiento</p> <p>Experiencia laboral propia</p> <p>Experiencia laboral familiar</p> <p>Experiencia laboral de amigos</p> <p>Experiencia laboral de conocidos</p> <p>Experiencias de grandes empresarios</p> <p>Ingreso económico</p> <p>Pasión por el trabajo</p> <p>Horario de trabajo</p> <p>Libertad para tomar decisiones</p> <p>Visión del emprendedor</p>	Ordin

Nota. La presente tabla de elaboración propia contiene datos considerados para el desarrollo del presente proyecto de investigación.



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de diseño no experimental y transversal. En la investigación de diseño no experimental sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, no se realizan experimentos y en la investigación de diseño transversal se recolectan datos en un solo momento (Hernández et al., 2014).

3.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de enfoque cuantitativo. El enfoque cuantitativo permite estimar las ocurrencias de los fenómenos y probar hipótesis con base numérica (Hernández y Mendoza, 2018). En la investigación se obtuvieron datos numéricos para el análisis y contrastación de las hipótesis.

3.3 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es de alcance descriptivo y correlacional; descriptivo porque se buscó conocer la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados; y correlacional porque el objeto de la investigación fue determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas. Los estudios de alcance descriptivo sirven para mostrar las características de las personas, objetos etc. Y los estudios son de alcance correlacional cuando el objetivo es determinar la relación que existe entre dos o más variables (Hernández et al., 2014).



3.4 POBLACIÓN

La población constituye un conjunto de personas que tienen algo en común, y que pueden cambiar en el transcurso del tiempo (Vara, 2010). En este trabajo, debido a los propósitos de la investigación se consideró como población de estudio a un total de 42 estudiantes pertenecientes al tercer y quinto semestre de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo. En la institución el examen de admisión para el ingreso de nuevos estudiantes es una sola vez al año, y en el proceso de realización de esta investigación solo había 3 semestres: estudiantes del primer semestre que recién se matriculaban, y estudiantes del tercer y quinto semestre.

3.5 MUESTRA

La muestra es un subgrupo de la población y sobre el cual se recopilan datos (Hernández y Mendoza, 2018). En la muestra no probabilística todos los elementos de la investigación dependen de las características de la investigación o de los propósitos de la investigación (Hernández et al., 2014).

Debido a que la población de estudio fue pequeña; se trabajó con una muestra no probabilística de muestreo censal, la población y muestra ha estado conformado por 42 estudiantes matriculados en el tercer y quinto semestre de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público - Mañazo, periodo 2023.

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.6.1 Técnica de investigación

En la presente investigación se utilizó una encuesta. Una encuesta se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas para explicar las variables de estudio (Canahuire, 2015).



3.6.2 Instrumento de investigación

Un cuestionario es un conjunto de preguntas en relación a uno o más variables a medir (Hernández y Mendoza, 2018). En ese sentido en la investigación los instrumentos utilizados han sido dos cuestionarios; un cuestionario de 15 preguntas para la variable (X) “actitud emprendedora”, y un cuestionario de 15 preguntas para la variable (Y) “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”, siendo un total de 30 preguntas; con el cual se recopiló datos. Además, a cada estudiante se entregó la misma encuesta. Y la escala que se utilizó para la valoración de cada ítem, fue la escala de Likert.

Los cuestionarios para este proyecto de investigación han sido de preguntas cerradas. Las preguntas cerradas requieren de un menor esfuerzo para los encuestados, porque no tienen que escribir o verbalizar pensamientos, sino solo deben elegir una alternativa con el que mejor se identifican; además un cuestionario con preguntas cerradas toma menor tiempo en responder (Hernández et al., 2014).

Las preguntas se plantearon de manera breve y de acuerdo a los términos que les son familiares y conocidos para los estudiantes de Administración; además, no se incluyeron preguntas sexistas o racistas, ni preguntas que podrían generar una reacción negativa en los estudiantes, como las preguntas sobre política o religión.

3.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

3.7.1 Validación de los instrumentos

Los requisitos que deben cumplir los cuestionarios deben ser la validez y la confiabilidad (Hernández et al., 2014). Los cuestionarios para esta investigación fueron validados mediante el método de “juicio de expertos”. Hernández et al. (2014), indican que este método se refiere al grado en que un instrumento mide la variable de estudio, de acuerdo a voces calificadas.

Tabla 5

Validación de instrumentos a través del método de juicio de expertos

Apellidos y nombres del experto	Cargo e Institución	Promedio de valoración	
		Cuestionario 1	Cuestionario 2
Dra. HANCCO GOMEZ, Miriam Serezade	Docente en UNA – PUNO	0.92	0.90
M. Sc. CAIRO MÉNDEZ, Saby Yazmina	Docente en UNA – PUNO	0.90	0.92
M. Sc. TAPIA SANIZO, John Davy	Docente en UNA – PUNO	0.96	0.92
M. Sc. CHARAJA FERNÁNDEZ, Litzbel	Docente en UNA – PUNO	0.94	0.94
M. Sc. FERNÁNDEZ BURGOS, Roger Freddy	Docente en UNA – PUNO	0.92	0.94
Resultado de la validación		0.928	0.924

Nota. Tabla de elaboración propia, en donde se presenta los resultados de las fichas de evaluación de los cuestionarios.

Tabla 6

Cuadro de valoración para determinar la validez de los instrumentos

Categoría	Intervalo
Desaprobado	[0.00 – 0.60]
Observado	< 0.60 – 0.70]
Aprobado	< 0.70 – 1.00]

Nota. Datos tomados del proyecto de investigación realizado por Mitma (2018).

El resultado de validación que se generó está en el intervalo de < 0.70 – 1.00], por lo tanto, se aprueba la validación de los instrumentos.



3.7.2 Confiabilidad de los instrumentos

Para saber la confiabilidad de los instrumentos se utilizó la medida estadística “Alfa de Cronbach”. El valor mínimo que se puede aceptar en el alfa de Cronbach es 0,70; por debajo de este valor la consistencia es baja y no es aceptable, y el valor máximo aceptable es de 0,90; si los valores que se obtienen superan este valor son considerados como redundantes o que existe duplicación, y también no son aceptados, y esto sucede debido a que varios ítems miden exactamente el mismo elemento del constructo y estos ítems que se repiten deben eliminarse (Celina y Campo, 2005).

La confiabilidad de consistencia interna para escalas dicotómicas se calcula en base a la fórmula de Kuder-Richardson y para las escalas politómicas se usan el coeficiente de Alfa de Cronbach en donde la consistencia interna es aceptable cuando los valores se encuentran entre 0,70 y 0,90; considerando que la consistencia interna varía de acuerdo a la cantidad de participantes (Tuapanta et al., 2017). En la consistencia interna del cuestionario, el valor mínimo satisfactorio es de 0,70, en donde este valor indica que el cuestionario presenta una fiabilidad aceptable (Maese et al., 2016).

Los resultados que se obtuvieron para el cuestionario 1: “Actitud emprendedora” y cuestionario 2: “Desarrollo de la capacidad de creación de empresas”, de esta investigación han sido los siguientes:

Tabla 7

Confiabilidad de los instrumentos de investigación, a través del coeficiente de alfa de Cronbach

Ítems	Cuestionario 1: Actitud emprendedora	Cuestionario 2: Desarrollo de la capacidad de creación de empresas
Alfa de Cronbach	,752	,766
Alfa de Cronbach basado en elementos estandarizados	,772	,778
Número de elementos	15	15

Nota. Datos tomados del programa estadístico SPSS versión 23, luego de haber registrado los datos obtenidos con los cuestionarios.

3.8 PASOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

- a. **Primero:** Luego de haber realizado la encuesta a 42 estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Mañazo; periodo 2023, se registraron los datos ordenadamente en cada columna y fila del software Excel, para tenerlo como matriz de datos.
- b. **Segundo:** Se pasó los datos codificados al programa estadístico SPSS para realizar las siguientes actividades:
 - Verificación del coeficiente de alfa de Cronbach.
 - Generación de tablas para las interpretaciones.
 - Verificación de la normalidad de datos con la prueba de Shapiro-Wilk.
 - Generación de resultados de correlación, con el coeficiente de correlación de Spearman.
 - Generación de resultados de correlación, con el coeficiente de correlación de Pearson.
- c. **Tercero:** Presentación de los resultados que se generaron con el software Excel y con el programa estadístico SPSS versión 23. Finalmente se realizó las conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presentan los resultados generales de la encuesta realizada para conocer mejor a la muestra de estudio y para contrastar con lo que se desarrolló en el marco teórico de la presente investigación, esto con el fin de destacar la nueva información lograda. Además, se presenta los resultados de acuerdo a los objetivos específicos y objetivo general, a través del coeficiente de correlación de Pearson (para determinar la relación de variables con distribución normal de datos), y el coeficiente de correlación de Spearman (para determinar la relación de variables que no presenten una distribución normal de datos).

4.1 RESULTADOS GENERALES

La interpretación en las siguientes tablas se realiza de acuerdo a los resultados de la encuesta, y según la valoración de los ítems basados en la escala de Likert. Estos resultados son presentados para cada dimensión de cada variable.

Tabla 8

Escala de Likert y sus valores para la interpretación de datos

Opciones	Valoración
Muy de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

Nota. Datos tomados del texto de Hernández et al. (2014)

4.1.1 Resultados de la “actitud emprendedora”

4.1.1.1 Dimensión 1: Factores sociodemográficos.

Tabla 9

Resultados de la dimensión 1: Factores sociodemográficos

Valor	Item 1 Edad		Item 2 Genero		Item 2 Cultura		Item 2 Ocupación de padres		Item 2 Educación	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
1	-	-	-	-	-	-	1	2%	-	-
2	1	2.38%	-	-	-	-	2	5%	-	-
3	1	2.38%	-	-	2	5%	4	10%	3	7.14%
4	29	69.05%	10	24%	19	45%	17	40%	22	52.38%
5	11	26.19%	32	76%	21	50%	18	43%	17	40.48%
Total	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados estadísticos de la encuesta realizada a la muestra de estudio.

Respecto al ítem 1 “Puedo emprender y tener éxito sin importar la edad que tenga”, la tabla 9 muestra que el 69.05 % de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 26.19 % con el valor “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 2 “los varones y mujeres por igual tenemos el potencial para crear empresas exitosas”, la tabla 9 muestra que el 76 % de estudiantes indicaron estar “muy de acuerdo” y el 24% indicaron estar “de acuerdo”. Respecto al ítem 3 “me siento orgulloso de mi cultura y es el mejor reflejo que daré al emprender”, la tabla 9 muestra que el 50 % de estudiantes indicaron estar “muy de acuerdo” y el 45 % indicaron estar “de acuerdo”. En caso del ítem 4 “Lo que me motiva a emprender son las actividades diarias de mis padres”, la tabla 9 muestra que el 43 % de estudiantes indicaron estar “muy de acuerdo” y el 40 % “de acuerdo”. En caso del ítem 5 “Cada día voy aprendiendo nuevas cosas por mi propia



voluntad para poder emprender y tener éxito”; la tabla 9 muestra que el 52.38 % de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 40.48 % con el valor “muy de acuerdo”.

Se interpreta que, el 95.24 % de estudiantes tienen una actitud positiva para emprender sin importar la edad que tengan, y consideran que la edad no es determinante para emprender y tener éxito; el 100 % de estudiantes consideran que los varones y mujeres pueden emprender y tener éxito; el 95 % de estudiantes se sienten orgullosos de la cultura del distrito de Mañazo, aunque la mitad de estudiantes no mostraron mucha seguridad; el 83 % de estudiantes muestran una actitud positiva en que se sienten motivados para emprender por las actividades que realizan sus padres, y probablemente sea por el acceso que tienen a los recursos, compartan una visión o porque consideran a sus padres como un modelo o ejemplo a seguir y el 92.86 % de estudiantes muestran una actitud positiva y consideran importante al aprendizaje autodidáctico, e incluso un porcentaje de los estudiantes tienen un alto grado de aceptación a esta afirmación.

4.1.1.2 Dimensión 2: Factores psicológicos.

Tabla 10

Resultados de la dimensión 2: Factores psicológicos

Valor	Item 1 Perseverancia		Item 1 Error y aprendizaje		Item 1 Actitud competitiva		Item 1 Autoconfianza		Item 1 Gestión de riesgos	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	3	7%	1	2%	2	5%	3	7.14%	8	19%
4	11	26%	20	48%	22	52%	22	52.38%	26	62%
5	28	67%	21	50%	18	43%	17	40.48%	8	19%
Total	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra los resultados estadísticos de la encuesta realizada a la muestra de estudio.

Respecto al ítem 6 “La perseverancia y el trabajo duro me permitirán lograr todos mis objetivos y metas”; la tabla 10 muestra que el 67 % de estudiantes se identificaron con el valor “muy de acuerdo” y el 26 % con el valor “de acuerdo. Respecto al ítem 7 “Cuando cometo errores también aprendo y de alguna forma me permiten estar cada vez más cerca de lograr mis metas”; la tabla 10 muestra que el 50 % de estudiantes se identificaron con el valor “muy de acuerdo” y el 48 % con el valor “de acuerdo”. Respecto al ítem 8 “Al emprender, es muy importante mejorar e innovar constantemente los productos o servicios”; la tabla 10 muestra que el 52 % de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 43 % con el valor “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 9 “Cada día cultivo mi propia confianza, porque es muy importante para lograr el éxito de un emprendimiento”; la tabla 10 muestra que el 52.38 % de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 40.48% con el valor “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 10 “Existen riesgos al emprender, por eso cada día me preparo para minimizar y tomar riesgos calculados”; la tabla 10

muestra que el 62 % de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 19 % con el valor “muy de acuerdo”.

Se interpreta que, el 93 % de estudiantes muestran una actitud positiva y favorable a la perseverancia para lograr los objetivos y metas; el 98 % de estudiantes muestran una actitud positiva y optimista al aprendizaje a través de los errores que van cometiendo; el 95 % de los estudiantes muestran una actitud positiva a la competitividad a través de la mejora e innovación continua en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado; incluso un porcentaje de estudiantes tienen un alto grado de entusiasmo y aceptación a la innovación y mejora continua; el 92.86 % de estudiantes muestran una actitud positiva al desarrollo de la confianza propia para tener éxito como emprendedor; y el 81 % de estudiantes tienen en cuenta que existen riesgos al emprender.

4.1.1.3 Dimensión 3: Factores situacionales.

Tabla 11

Resultados de la dimensión 3: Factores situacionales

Valor	Ítem 11 Emp. por necesidad		Ítem 12 Emp. por oportunidad		Ítem 13 Capacidad de financiación		Ítem 14 Globalización		Ítem 15 Herramientas tecnológicas	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
1	1	2%	-	-	1	2.38%	-	-	-	-
2	2	5%	1	2.38%	6	14.29%	2	5%	-	-
3	8	19%	7	16.67%	16	38.10%	8	19%	6	14%
4	12	29%	17	40.48%	16	38.10%	27	64%	26	62%
5	19	45%	17	40.48%	3	7.14%	5	12%	10	24%
Total	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra los resultados estadísticos de la encuesta realizada a la muestra de estudio.



Respecto al ítem 11 “quiero emprender y crear mi propia empresa para generar ingresos, debido a los problemas económicos de mi familia”; la tabla 11 muestra que el 45% de estudiantes se identificaron con el valor “muy de acuerdo” y el 29 % con el valor “de acuerdo”. Respecto al ítem 12 “el mercado está en constante cambio y evolución, por eso quiero emprender para brindar un mejor producto o servicio”; la tabla 11 muestra que el 40.48 % de estudiantes se identificaron con el valor “muy de acuerdo” y el 40.48 % con el valor “de acuerdo”. Respecto al ítem 13 “tengo el dinero y otros recursos necesarios para ejecutar mi idea de emprendimiento”; la tabla 11 muestra que el 38.10 % de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 7.14% con el valor “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 14 “la globalización está permitiendo un mayor y mejor acceso a los mercados, y eso me motiva a emprender”; la tabla 11 muestra que el 64 % se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 12 % con el valor “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 15 “las herramientas tecnológicas como YouTube y otros permiten una mayor productividad y quiero provecharlos al emprender”; la tabla 11 muestra que el 62% de estudiantes se identificaron con el valor “de acuerdo” y el 24 % con el valor “muy de acuerdo”.

Se interpreta que, el 74 % de estudiantes tienen intenciones de emprender por los problemas económicos que tienen en sus familias; el 80.96 % de estudiantes tienen una actitud favorable a que el mercado está en constante cambio y que quieren emprender para ofrecer un mejor producto o servicio; el 54.76 % de estudiantes no cuentan con el dinero y otros recursos necesarios para emprender; el 76 % de estudiantes tienen en

cuenta que la globalización está generando mayor acceso a nuevos mercados, pero no tienen un alto grado de entusiasmo para emprender y el 86 % de estudiantes tienen una actitud positiva a que las herramientas tecnológicas permiten una mayor productividad.

4.1.2 Resultados del “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”

4.1.2.1 Dimensión 1: Conocimiento empresarial.

Tabla 12

Resultados de la dimensión 1: Conocimiento empresarial

Valor	Ítem 1 Estudio de mercado		Ítem 2 Equipo de colaboradores		Ítem 3 Administración de recursos		Ítem 4 Normas legales		Ítem 5 Etapas del emprendimiento	
	Nr o.	%	Nr o.	%	Nro .	%	Nr o.	%	Nro.	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	1	2.38%	2	5%	-	-
3	7	17%	10	23.81 %	13	30.95 %	9	21%	4	10%
4	30	71%	25	59.52 %	22	52.38 %	26	62%	30	71%
5	5	12%	7	16.67 %	6	14.29 %	5	12%	8	19%
Total	42	100 %	42	100%	42	100%	42	100 %	42	100%

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados estadísticos de la encuesta realizada a la muestra de estudio.

Respecto al ítem 1 “tengo la capacidad para analizar el mercado y la competencia, para así detectar necesidades insatisfechas”; la tabla 12 muestra que el 71 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 12% indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 2 “Cuento con la capacidad para evaluar el talento y el potencial de las personas que puedan aportar al éxito de un emprendimiento”; la tabla 12 muestra que el 59.52 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 16.67 % indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 3 “tengo conocimientos para



administrar adecuadamente los recursos que sean necesarios en un emprendimiento”; la tabla 12 muestra que el 52.38 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 14.29 % indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 4 “tengo conocimientos para emprender legalmente y tener una base sólida para el crecimiento sostenible del emprendimiento”; la tabla 12 muestra que el 62% de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 12 % indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 5 “tengo conocimientos para poder enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en cada etapa del emprendimiento”; la tabla 12 muestra que el 71 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 19 % indicaron estar “muy de acuerdo”.

Se interpreta que, el 83 % de estudiantes tienen capacidades para realizar estudios de mercado; el 76.19 % de estudiantes indicaron tener las capacidades para evaluar el talento de las personas que puedan contribuir al logro de los objetivos de un emprendimiento, el 66.67 % de estudiantes indicaron tener conocimientos para administrar recursos, así como los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos; el 74 % de estudiantes indicaron tener conocimientos para emprender legalmente, y tener mayor oportunidad de crecimiento a través de las relaciones solidas con los clientes, inversionistas y proveedores; el 90 % de estudiantes indicaron tener conocimientos para poder enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades al emprender.

4.1.2.2 Dimensión 2: Experiencia empresarial.

Tabla 13

Resultados de la dimensión 2: Experiencia empresarial

Valor	Ítem 6 Experiencia laboral propia		Ítem 6 Experiencia laboral familiar		Ítem 6 Experiencia laboral de amigos		Ítem 6 Experiencia laboral de conocidos		Ítem 6 Experiencias de grandes empresarios	
	Nro	%	Nro.	%	Nro	%	Nro	%	Nro	%
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	1	2%	-	-	2	5%	1	2.38%	1	2.38%
3	6	14%	8	19%	8	19%	6	14.29 %	3	7.14%
4	20	48%	19	45%	21	50%	21	50.00 %	16	38.10 %
5	15	36%	15	36%	11	26%	14	33.33 %	22	52.38 %
Total	42	100%	42	100%	42	100 %	42	100%	42	100%

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados estadísticos de la encuesta realizada a la muestra de estudio.

Respecto al ítem 6 “por mis experiencias laborales me siento motivado para emprender y lograr mis metas”; la tabla 13 muestra que el 48 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 36 % “muy de acuerdo”. Del ítem 7 “Las experiencias laborales que comparten conmigo mis familiares me motivan para emprender y lograr mis metas”; la tabla 13 muestra que el 45 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 36 % “muy de acuerdo”. Del ítem 8 “Las experiencias laborales que comparten conmigo mis amigos me motivan para emprender y lograr mis metas”; la tabla 13 muestra que el 50 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 26 % “muy de acuerdo”. Del ítem 9 “Las experiencias laborales que comparten conmigo algunos conocidos me motivan para emprender y lograr mis metas”; la tabla 13 muestra que el 50 % indicaron estar “de acuerdo” y el 33.33 % “muy de acuerdo”. Del ítem 10 “Las historias y experiencias de los grandes empresarios del mundo me motivan

para emprender y lograr mis metas”; la tabla 13 muestra que el 38.10 % indicaron estar “de acuerdo” y el 52.38 % “muy de acuerdo”.

Se interpreta que, el 84 % de estudiantes encuestados indicaron estar motivados para emprender, por las experiencias laborales que han tenido; el 81 % de estudiantes indicaron estar motivados para emprender, por las experiencias laborales que comparten con ellos sus familiares; el 76 % de estudiantes se sienten motivados para emprender por las experiencias laborales que comparten con ellos sus amigos, esto indica que sus amigos comparten algunas experiencias que han tenido en alguna empresa como trabajador, o en una propia empresa; el 83.33 % de estudiantes se sienten motivados para emprender por las experiencias laborales que comparten con ellos algunos conocidos, por ejemplo, sus docentes, les comparten experiencias y orientaciones de forma que los estudiantes se sienten motivados para emprender; el 90.48 % de estudiantes se sienten motivados para emprender, por las historias y experiencias de los grandes empresarios del mundo.

4.1.2.3 Dimensión 3: Motivación empresarial.

Tabla 14

Resultados de la dimensión 3: Motivación empresarial

Valor	Ítem 11 Ingreso económico		Ítem 12 Pasión por el trabajo		Ítem 13 Horario de trabajo		Ítem 14 Libertad para tomar decisiones		Ítem 15 Visión del emprendedor	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
1	-	-	1	2.38%	3	7%	2	5%	1	2%
2	-	-	1	2.38%	8	19%	5	12%	-	-
3	6	14%	2	4.76 %	9	21%	8	19%	6	14%
4	20	48%	19	45.24%	15	36%	18	43%	20	48%
5	16	38%	19	45.24%	7	17%	9	21%	15	36%
Total	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%	42	100%

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados estadísticos de la encuesta realizada a la muestra de estudio.



Respecto al ítem 11 “Cuando tenga mi propia empresa podré generar mayores ingresos económicos”; la tabla 14 muestra que el 48 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 38 % indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 12 “En mi propia empresa podré trabajar cada día en algo que realmente me apasiona”; la tabla 14 muestra que el 45.24 % de estudiantes indicaron estar “muy de acuerdo” y el 45.24 % indicaron estar “de acuerdo”. Respecto al ítem 13 “en mi propia empresa podré elegir mi horario de trabajo, y combinar mi vida personal y familiar”; la tabla 14 muestra que el 36% de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 17 % indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 14 “al ser empresario podré tener la libertad para tomar mis propias decisiones, algo que no puedo hacer en otras entidades”; la tabla 14 muestra que el 43 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 21 % indicaron estar “muy de acuerdo”. Respecto al ítem 15 “al ser empresario contribuiré a la sociedad, generando empleo y ofreciendo productos y/o servicios de gran valor”; la tabla 14 muestra que el 48 % de estudiantes indicaron estar “de acuerdo” y el 36 % indicaron estar “muy de acuerdo”.

Se interpreta que, el 86 % de estudiantes se sienten motivados para emprender y crear empresas para generar mayores ingresos, esta motivación debe estar acompañado por la pasión y el interés de ofrecer productos de valor; el 90.48 % de estudiantes consideran que al tener una propia empresa podrán trabajar en algo que realmente les apasiona; el 53 % de estudiantes consideran que al tener una propia empresa podrán elegir sus horarios de trabajo; considerando que también tendrán mayores



responsabilidades; el 64 % de estudiantes consideran que al ser empresarios tendrán autonomía y libertad para tomar decisiones; pero también deberán ser responsables de los resultados, que no siempre son buenos y el 84 % de estudiantes consideran tener la visión de aportar a la sociedad, generando empleos y ofreciendo productos de valor.

4.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS POR OBJETIVOS

Para la presentación de los resultados según los objetivos se siguió un proceso metodológico, para el cual primero se determinó la normalidad de datos y luego los coeficientes de correlación, ya que el fin es determinar la relación de las variables de estudio.

4.2.1 Prueba de normalidad

Para una investigación de alcance correlacional, se realiza la prueba de normalidad; para ver si los datos de cada variable y dimensiones, presentan normalidad o no, y de acuerdo a ello determinar el tipo de estadígrafo a usar, teniendo en cuenta que existen estadígrafos paramétricas y no paramétricas (Radovich, 2017).

Para las muestras que sean mayores a 50, las pruebas de normalidad más utilizadas son la Prueba de Kolmogorov – Smirnov y la prueba de Lilliefors; y para el tamaño de muestras que sean menores a 50, una de las pruebas más utilizadas es Shapiro – Wilk (Molina, 2022). Cuando las muestras están compuestas por menos de 50 elementos no es recomendable hacer uso de la prueba Kolmogorov Smirnov, debido a que tiene un bajo poder para detectar la normalidad de datos; entonces, para muestras de tamaños inferiores a 50, se usan la prueba de Shapiro – Wilk (Roco et al., 2023).



4.2.1.1 Prueba de normalidad Shapiro - Wilk.

En este proyecto de investigación, la muestra es de tipo no probabilístico de muestreo censal, conformado por 42 estudiantes, y este tamaño de muestra es menor a 50; por ende, se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk.

4.2.1.1.1 Planteamiento de hipótesis.

- Hipótesis nula (H_0): Los datos de la investigación tienen una distribución normal
- Hipótesis alterna (H_a): Los datos de la investigación no tienen una distribución normal

4.2.1.1.2 Nivel de significancia.

- Confianza = 95%
- Significancia = 5 %

4.2.1.1.3 Criterio de decisión.

- Si $P < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a).
- Si $P > 0.05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna (H_a).

4.2.1.1.4 Resultados de la prueba de normalidad Shapiro Wilk.

Tabla 15

Resultados de la prueba de normalidad a través de Shapiro-Wilk para la variable (X): Actitud emprendedora

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	G1	Sig.
Actitud emprendedora	.966	42	.246
Factores sociodemográficos	.909	42	.003
Factores psicológicos	.949	42	.059
Factores situacionales	.942	42	.035

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados de la prueba de Shapiro-Wilk.

De acuerdo a la tabla 15, en caso de la variable “X” (Actitud emprendedora) no se puede rechazar la hipótesis nula ya que la significancia obtenida (0.246) es mayor a la significancia determinada (0.05), y esto significa que existe una distribución normal de datos para esta variable. Respecto a la dimensión factores sociodemográficos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, debido a que la significancia obtenida (0.003) es menor a la significancia determinada (0.05), y significa que para esta dimensión de estudio no existe una distribución normal de datos. Respecto a la dimensión factores psicológicos, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, debido a que la significancia obtenida (0.059) es mayor a la significancia determinada (0.05), y significa que para esta dimensión existe una distribución normal de datos. En caso de la dimensión factores situacionales, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, debido a que la significancia obtenida (0.035) es menor a la significancia

determinada (0.05), y significa que para esta dimensión no existe una distribución normal de datos.

Tabla 16

Resultados de la prueba de normalidad a través de Shapiro-Wilk para la variable (Y): Desarrollo de la capacidad de creación de empresas

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	.961	42	.156
Conocimiento empresarial	.961	42	.154
Experiencia empresarial	.967	42	.259
Motivación empresarial	.927	42	.010

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados de la prueba de Shapiro-Wilk.

De acuerdo a la tabla 16, en caso de la variable “Y” (Desarrollo de la capacidad de creación de empresas), se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, debido a que la significancia obtenida (0.156) es mayor a la significancia determinada (0.05), y significa que para esta variable existe una distribución normal de datos. Respecto a la dimensión “conocimiento empresarial”, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna debido a que la significancia obtenida (0.154) es mayor a la significancia determinada (0.05), y significa que existe una distribución normal de datos para esta dimensión, En caso de la dimensión “experiencia empresarial”, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, debido a que la significancia obtenida (0.259) es mayor a la significancia determinada (0.05), y significa que para esta dimensión existe una distribución normal de datos. Y en el caso de la dimensión “motivación empresarial” se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna,



debido a que la significancia obtenida (0.010) es menor a la significancia determinada (0.05), y significa que para esta dimensión no existe una distribución normal de datos.

4.2.2 Coeficientes de correlación

Una correlación es una medida de relación lineal de dos variables (“X” y “Y”), y para saber si las dos variables se correlacionan deben variar conjuntamente. La correlación es positiva si las dos variables varían en el mismo sentido y es negativa si las dos variables varían en sentidos opuestos (Martínez et al., 2014).

Los coeficientes de correlación pueden ser paramétricas o no paramétricas. Las pruebas paramétricas como Pearson se usan para los datos de distribución normal y las pruebas no paramétricas se usan para analizar datos que no tienen una distribución normal (Mayorga et al., 2022). Las pruebas paramétricas; como el coeficiente de correlación Pearson, se usan solo si los datos muestran una distribución normal, y si los datos no siguen una distribución normal, el investigador debe elegir una prueba no paramétrica, que podría ser Rho de Spearman (Flores et al., 2017).

4.2.2.1 Coeficiente de correlación de Pearson.

El coeficiente de correlación de Pearson se usa para describir cuantitativamente la fuerza de asociación y dirección de 2 variables, que cuentan con una distribución normal de datos (Roy et al., 2019). Se usa el coeficiente de correlación de Pearson para determinar la relación de dos variables cuantitativas con distribución normal (Flores et al., 2017).

Cuando las variables tienen una distribución normal de datos se realiza el análisis de correlación de Pearson (Camacho, 2008).

4.2.2.1.1 Escala para interpretar los resultados de Pearson.

Tabla 17

Escala para la interpretación del coeficiente de correlación de Pearson

$r = 0$	No existe relación
$r > 0$ (positivo)	Aumenta una variable y también aumenta la otra variable
$r < 0$ (negativo)	Aumenta una variable, pero disminuye la otra variable
$ r < 0,30$	Débil
$0,30 < r < 0,70$	Moderada
$ r > 0,70$	Fuerte

Nota. Datos tomados del texto de estadística (Bioestadística Amigable) realizado por Martínez et al. (2014).

4.2.2.2 Coeficiente de correlación de Spearman.

El coeficiente de correlación de Spearman es una medida no paramétrica, que se utiliza para las variables cuantitativas de libre distribución (Roy et al., 2019). Cuando una de las variables a correlacionar no sigue una distribución normal, se aplica el coeficiente de correlación de Spearman (Flores et al., 2017). Cuando las 2 variables a correlacionar no presentan una distribución normal de datos, se usa el método de rango de correlación de Spearman (Badii et al., 2014).

4.2.2.2.1 Escala para interpretar los resultados de Rho de Spearman.

Tabla 18

Escala para la interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman

$r = (0 - 0,25)$	Nula – escasa
$r = (0,26 - 0,50)$	Débil
$r = (0,51 - 0,75)$	Moderada – fuerte
$r = (0,76 - 1,00)$	Fuerte – perfecta

Nota. Datos tomados del artículo de investigación (El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización), realizado por Martínez et al. (2009).



4.2.3 Resultados de los objetivos específicos

Objetivo específico 1: Determinar la relación entre los factores sociodemográficos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Tabla 19

Coefficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión “factores sociodemográficos” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”

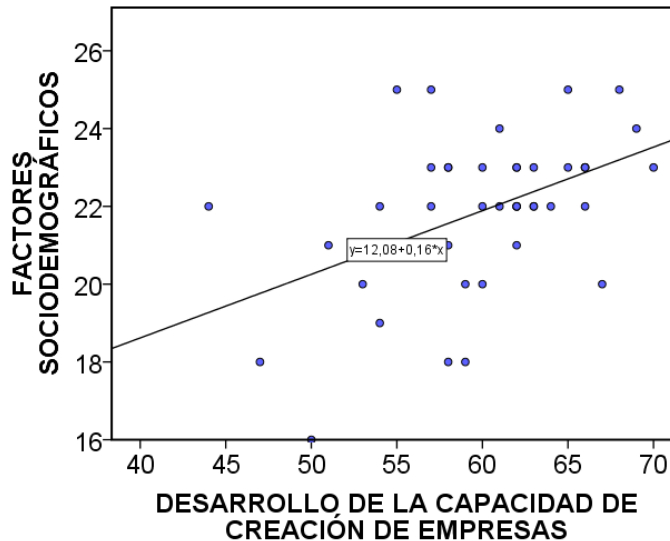
		Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	
Rho de Spearman	Factores sociodemográficos	Coefficiente de correlación	,420**
		Sig. (bilateral)	.006
		N	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, muestra la correlación entre la dimensión factores sociodemográficos y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Figura 1

Diagrama de dispersión entre la dimensión “factores sociodemográficos” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”



Nota. Figura generada en el SPSS versión 23, muestra la correlación entre la dimensión factores sociodemográficos y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

De acuerdo a tabla 19 y figura 1, los factores sociodemográficos se relacionan de manera positiva y débil con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,420. Entonces, los estudiantes, al presentar un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores sociodemográficos, también existe una tendencia en que presenten un buen desarrollo en sus capacidades para crear empresas y viceversa, pero no hay una relación determinante y proporcional; es decir, existen otros factores que podrían estar relacionados con los factores sociodemográficos de los estudiantes; por ejemplo, podría ser el sistema educativo; y también existen otros factores que podrían estar relacionados con el desarrollo de la capacidad de creación de

empresas en los estudiantes encuestados, que podrían ser la motivación, la financiación, etc.

Objetivo específico 2: Determinar la relación entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Tabla 20

Coefficiente de correlación de Pearson entre la dimensión “factores psicológicos” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”

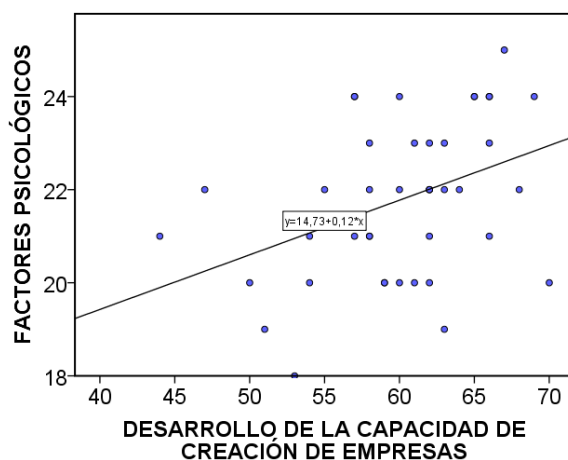
		Desarrollo de la capacidad de creación de empresas
	Correlación de Pearson	,399**
Factores psicológicos	Sig. (bilateral)	.009
	N	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, y muestra la correlación entre la dimensión factores psicológicos y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Figura 2

Diagrama de dispersión entre la dimensión "factores psicológicos" y la variable "desarrollo de la capacidad de creación de empresas"



Nota. Figura generada en el SPSS versión 23, y muestra la correlación entre la dimensión factores psicológicos y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

De acuerdo a tabla 20 y figura 2, los factores psicológicos se relacionan de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,399. Entonces, los estudiantes, al presentar un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores psicológicos, también existe una tendencia en que presenten un buen desarrollo en sus capacidades para crear empresas y viceversa, pero no hay una relación determinante y proporcional; es decir, existen otros factores que podrían estar relacionados con los factores psicológicos de los estudiantes; por ejemplo, podría ser la sociabilidad; y también existen otros factores que podrían estar relacionados con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados; por ejemplo, podría ser la formación, etc.

Objetivo específico 3: Determinar la relación entre los factores situacionales y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Tabla 21

Coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dimensión “factores situacionales” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”

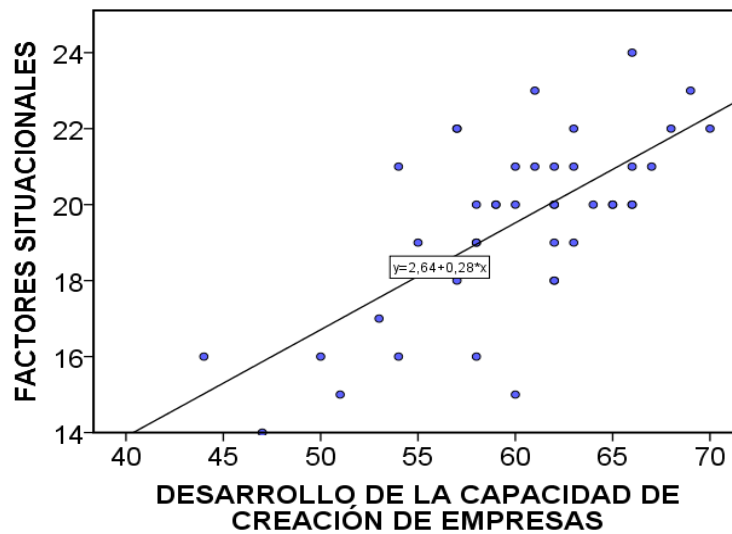
		Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	
Rho de Spearman	Factores situacionales	Coeficiente de correlación	,578**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, y muestra la correlación que existe entre la dimensión “factores situacionales” y la variable “desarrollo de la capacidad de creación de empresas”.

Figura 3

Diagrama de dispersión entre la dimensión "factores situacionales" y la variable "desarrollo de la capacidad de creación de empresas"



Nota. Figura generada en el SPSS versión 23, y muestra la correlación entre la dimensión factores situacionales y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

De acuerdo a tabla 21 y figura 3, los factores situacionales se relacionan de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,578. Entonces, los estudiantes, al presentar un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores situacionales, también existe una tendencia en que presenten un buen desarrollo en sus capacidades para crear empresas y viceversa, pero no hay una relación determinante y proporcional; es decir, existen otros factores que podrían estar relacionados con los factores situacionales de los estudiantes; por ejemplo, podría ser el marco legal; y también existen otros factores que podrían estar relacionados con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados; por ejemplo, podría ser la habilidad, etc.

4.2.4 Resultado del objetivo general

Objetivo general: Determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Tabla 22

Coefficiente de correlación de Pearson entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas

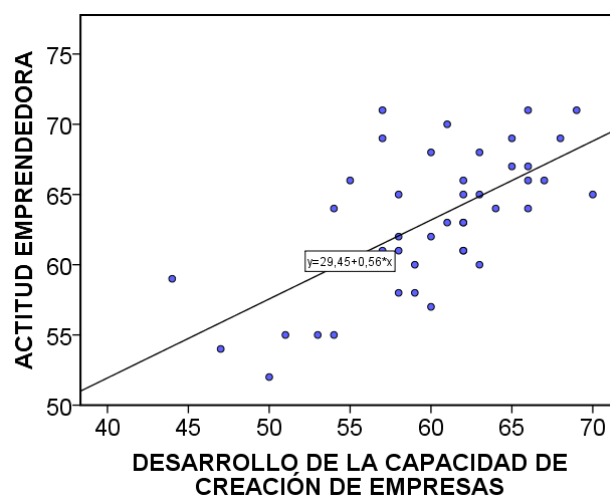
		Desarrollo de la capacidad de creación de empresas
Actitud emprendedora	Correlación de Pearson	,649**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados de la prueba de correlación entre las variables de la investigación.

Figura 4

Diagrama de dispersión entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas



Nota. Figura generada en el SPSS versión 23, en donde se muestra resultados de la prueba de correlación entre la variable actitud emprendedora y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.



De acuerdo a la tabla 22 y figura 4, la actitud emprendedora se relaciona de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,649.

Entonces, los estudiantes, al presentar una buena actitud emprendedora, también existe una tendencia en que presenten un buen desarrollo en sus capacidades para crear empresas y viceversa, pero no hay una relación determinante y proporcional; es decir, existen otros factores que podrían estar relacionados a la actitud emprendedora de los estudiantes; por ejemplo, podría ser una meta; y también existen otros factores que podrían estar relacionados con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados; por ejemplo, podría ser el apoyo institucional, etc.

4.3 CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

4.3.1 Contrastación de la hipótesis específica 1

Hi: Los factores sociodemográficos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Ho: Los factores sociodemográficos no se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.3.1.1 Nivel de significancia.

- Confianza = 95%
- Significancia = 5 %

4.3.1.2 Criterio de decisión.

- Si $P < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0); y se acepta la hipótesis de investigación (H_1).
- Si $P > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0); y se rechaza la hipótesis de investigación (H_1).

Tabla 23

Coefficiente de correlación de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis específica 1

			Factores sociodemográficos	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas
Rho de Spearman	Factores sociodemográficos	Coefficiente de correlación	1.000	,420**
		Sig. (bilateral)		.006
		N	42	42
	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	Coefficiente de correlación	,420**	1.000
		Sig. (bilateral)	.006	
		N	42	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, muestra la correlación entre la dimensión factores sociodemográficos y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

De acuerdo a los resultados que muestra la tabla 23, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.006) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). Entonces, se valida la hipótesis de investigación, y a



nivel estadístico los factores sociodemográficos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.3.2 Contrastación de la hipótesis específica 2

Hi: Los factores psicológicos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Ho: Los factores psicológicos no se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.3.2.1 Nivel de significancia.

- Confianza = 95%
- Significancia = 5 %

4.3.2.2 Criterio de decisión.

- Si $P < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0); y se acepta la hipótesis de investigación (H_i).
- Si $P > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0); y se rechaza la hipótesis de investigación (H_i).

Tabla 24

Coefficiente de correlación de Pearson para la contrastación de la hipótesis específica 2

		Factores psicológicos	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas
Factores psicológicos	Correlación de Pearson	1	,399**
	Sig. (bilateral)		.009
Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	N	42	42
	Correlación de Pearson	,399**	1
	Sig. (bilateral)	.009	
	N	42	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS versión 23, y muestra la correlación entre la dimensión factores psicológicos y la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

De acuerdo a los resultados que muestra la tabla 24, se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.009) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). Entonces, se valida la hipótesis de investigación, y a nivel estadístico los factores psicológicos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.3.3 Contrastación de la hipótesis específica 3

Hi: Los factores situacionales se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera

de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público –
Mañazo; periodo 2023.

Ho: Los factores situacionales no se relacionan significativamente con el
desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera
de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público –
Mañazo; periodo 2023.

4.3.3.1 Nivel de significancia.

- Confianza = 95%
- Significancia = 5 %

4.3.3.2 Criterio de decisión.

- Si $P < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0); y se acepta la hipótesis de
investigación (H_1).
- Si $P > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0); y se rechaza la hipótesis de
investigación (H_1).

Tabla 25

*Coefficiente de correlación de Rho de Spearman para la contrastación de
la hipótesis específica 3*

		Factores situacionales	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	
Rho de Spearman	Factores situacionales	Coefficiente de correlación	1.000	,578**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	42	42
	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	Coefficiente de correlación	,578**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	42	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS, y muestra la correlación entre la
dimensión “factores situacionales” y la variable “desarrollo de la
capacidad de creación de empresas”.



De acuerdo a los resultados que muestra la tabla 25, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, debido a que la significancia obtenida (0.000) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). Entonces, se valida la hipótesis de investigación, y a nivel estadístico los factores situacionales se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.3.4 Contrastación de la hipótesis general

Hi: La actitud emprendedora se relaciona significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Ho: La actitud emprendedora no se relaciona significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.3.4.1 Nivel de significancia.

- Confianza = 95%
- Significancia = 5 %

4.3.4.2 Criterio de decisión.

- Si $P < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0); y se acepta la hipótesis de investigación (H_i).

- Si $P > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0); y se rechaza la hipótesis de investigación (H_1).

Tabla 26

Coefficiente de correlación de Pearson para la contrastación de la hipótesis general

		Actitud emprendedora	Desarrollo de la capacidad de creación de empresas
Actitud emprendedora	Correlación de Pearson	1	,649**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	42	42
Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	Correlación de Pearson	,649**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	42	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla generada en el SPSS y se muestra la correlación entre las variables de estudio.

De acuerdo a los resultados que muestra la tabla 26, se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de la investigación, porque la significancia generada (0.000) es menor a la significancia propuesta en la investigación (0.05). Entonces se valida la hipótesis de investigación, y a nivel estadístico la actitud emprendedora se relaciona significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

4.4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación se realizó con el fin de conocer la relación que existe entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de Administración del único instituto de nivel superior del distrito de Mañazo, en un momento en donde los cambios tecnológicos tomaron más fuerza y dan mayores



posibilidades al progreso de la sociedad y el desarrollo de la economía del distrito de Mañazo, y esto se puede lograr a través de la innovación en los emprendimientos y el máximo aprovechamiento de los recursos naturales, recursos arqueológicos, materias primas de origen animal y recursos minerales que hay en el distrito. Se realizó el estudio a los estudiantes de Administración, porque ellos se van preparando en temas empresariales, y con sus aptitudes y actitudes pueden aportar al desarrollo empresarial del distrito de Mañazo.

En esta investigación se realizó la correlación de las dimensiones de la variable “Actitud emprendedora” (factores sociodemográficos, psicológicos y situacionales) con la variable “Desarrollo de la capacidad de creación de empresas”; otros autores que realizaron estudios de correlación entre las variables actitud emprendedora y capacidad de creación de empresas, como Radovich (2017), Quispe (2020), Díaz et al. (2021) y Romero (2022), consideraron como dimensiones de la actitud emprendedora a la “necesidad de logro”, “control sobre los hechos”, “creación e innovación”, “predisposición al riesgo” y “autoconfianza”; y según los resultados que obtuvieron estos autores, estas dimensiones también se relacionan con la capacidad de creación de empresas. Por ejemplo Romero (2022), en su investigación que realizó a los estudiantes de ingeniería agroindustrial de la Universidad de Tarma; generó los siguientes resultados: Existe una relación positiva y moderada entre la necesidad de logro y capacidad de creación de microempresas, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,608; existe una relación positiva y moderada entre el control sobre los hechos y la capacidad de creación de microempresas, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,638; existe una relación positiva y alta entre la innovación y capacidad de creación de microempresas, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,708; existe una relación positiva y moderada entre la predisposición al riesgo y capacidad de creación de microempresas, al obtener un valor



Rho de Spearman de 0,564 y que existe relación positiva y moderada entre la autoconfianza y capacidad de creación de microempresas en los estudiantes encuestados, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,628.

El primer objetivo específico de esta investigación fue determinar la relación entre los factores sociodemográficos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, y de acuerdo a la tabla 19 y figura 1, los factores sociodemográficos se relacionan de manera positiva y débil con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,420; pero no hay una relación determinante y proporcional; sin embargo, por la relación existente es importante que los estudiantes tengan una buena actitud emprendedora respecto a los factores sociodemográficos, porque de esa forma es posible tener mayores posibilidades de emprender y tener éxito. Para futuras investigaciones también podrían considerarse como indicadores de estudio del factor sociodemográfico a las situaciones familiares, entorno económico u otros. Uno de los ítems del factor sociodemográfico guarda relación con la necesidad de logro, y es el ítem 5 (Cada día voy aprendiendo nuevas cosas por mi propia voluntad para poder emprender y tener éxito), y Camarena (2019), en base a los resultados de su investigación, afirma que existe relación entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtener un resultado de $\tau_b=0.60$, y enfatiza que a mayor necesidad de logro también es mayor la capacidad de creación de microempresas. Radovich (2017), en base a los resultados de su investigación también afirma que existe una relación estadística y significativa entre la necesidad de logro y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,445. La necesidad de logro como una característica personal, permite predecir las inclinaciones de una persona a emprender (Do y Dadvari, 2002, citado en Romero, 2022).



El segundo objetivo específico de la investigación fue determinar la relación entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, y de acuerdo a la tabla 20 y figura 2, los factores psicológicos se relacionan de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,399; pero no hay una relación determinante y proporcional; sin embargo, por la relación existente es importante que los estudiantes desarrollen sus características psicológicas orientados al emprendimiento, porque de esa forma tendrán mayores capacidades para crear empresas en base a sus motivaciones, creatividades y liderazgo. Para futuras investigaciones también podrían considerarse como indicadores de estudio del factor psicológico a la iniciativa, autoeficacia, liderazgo y entre otros. Uno de los ítems del factor psicológico guarda relación con la autoconfianza, y es el ítem 9 (Cada día cultivo mi propia confianza, porque es muy importante para lograr el éxito de un emprendimiento), y Romero (2022), en base a los resultados de su investigación afirma que existe una relación positiva y moderada entre la autoconfianza y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,628. Quispe (2020), en base a los resultados de su investigación también afirma que existe una relación significativa entre la autoconfianza y la capacidad de crear empresas en los estudiantes, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,533. En caso de esta investigación el 92.86% de estudiantes indicaron tener una buena autoconfianza, y este resultado es bueno, porque para un emprendedor aparte de la perseverancia, voluntad y otros, también es muy importante la confianza en uno mismo.

El tercer objetivo específico de la investigación fue determinar la relación entre los factores situacionales y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, y de acuerdo a la tabla 21 y figura 3, los factores situacionales se relacionan



de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,578; pero no hay una relación determinante y proporcional; aun así, por la relación existente es muy importante que los estudiantes tengan un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores situacionales, que son las circunstancias externas que afectan el comportamiento de una persona que quiere emprender o crear empresa; por ejemplo, la globalización, cambios tecnológicos, factores políticos y entre otros; que de alguna forma representan oportunidades de emprendimiento. Para futuras investigaciones también podrían considerarse como indicadores de estudio del factor situacional a los entornos sociales, ecológicos, redes de contacto, competencia etc. Uno de los ítems del factor situacional guarda relación con la creación e innovación, y es el ítem 12 (el mercado está en constante cambio y evolución, por eso quiero emprender para brindar un mejor producto o servicio), y Radovich (2017), en base a los resultados de su investigación, afirma que existe una relación significativa entre la creación e innovación y la capacidad de creación de microempresas, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,650. La innovación se relaciona con la generación de empresas y mejora económica (Azqueta y Naval, 2019, citado en Romero, 2022).

El objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo, periodo 2023, y de acuerdo a la tabla 22 y figura 4, la actitud emprendedora se relaciona de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,649. Este resultado corrobora los resultados obtenidos por Radovich (2017), quien considera que Perú es un país de muchas oportunidades por los recursos que tiene; y en base a su



investigación afirma que existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,769. Romero (2022), menciona que el desempleo incide negativamente en el desarrollo social y económico de un país, genera pobreza y desigualdades; y en base a su investigación afirma que existe una relación positiva alta entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtener un valor de Rho de Spearman de 0,778. Quispe (2020), realizó su investigación teniendo en cuenta el desempleo juvenil y las malas condiciones de trabajo para los jóvenes; y en base a su investigación afirma que existe una relación significativa entre la actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en los estudiantes, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,636. Díaz et al. (2021), consideró como problema de estudio al desempleo e informalidad de los nuevos emprendimientos; y en base a su investigación afirma que existe relación positiva moderada entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes, al obtener un valor Rho de Spearman de 0,656.

Díaz et al. (2021), a través de su investigación afirma que a mejor actitud emprendedora es mayor la capacidad para crear empresas; y en esta investigación, en promedio los estudiantes tienen buena actitud emprendedora. Costa (2018), menciona que el capital es importante si se quiere hacer realidad el emprendimiento, pero en esta investigación; según la tabla 11, solo el 7.14 % de los estudiantes encuestados indicaron estar seguros en tener dinero y otros recursos para emprender.



V. CONCLUSIONES

Primero: Los factores sociodemográficos se relacionan de manera positiva y débil con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados, al obtenerse un coeficiente de correlación de 0,420; y a nivel estadístico se relacionan significativamente al obtenerse un valor ($p = 0,006 < 0,05$). Los resultados muestran que los estudiantes tienen un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores sociodemográficos; porque se sienten orgullosos de la cultura del distrito de Mañazo, consideran que la edad no es determinante para tener éxito, y consideran que las mujeres como los varones pueden ser grandes empresarios, lo que refleja el empoderamiento femenino en esta institución.

Segundo: Los factores psicológicos se relacionan de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,399; y a nivel estadístico se relacionan significativamente al obtenerse un valor ($p = 0,009 < 0,05$). Los resultados muestran que los estudiantes tienen un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores psicológicos; porque tienen muy en cuenta que la perseverancia y el trabajo duro les permitirá lograr sus objetivos; que al cometer errores aprenden y les permite estar cada vez más cerca de lograr sus objetivos; además la preparación a nivel competitividad y asunción de que existen riesgos al emprender, es bueno.

Tercero: Los factores situacionales se relacionan de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes encuestados, al obtenerse un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,578; y a nivel estadístico se relacionan significativamente al obtenerse un valor ($p = 0,000 < 0,05$). Los resultados muestran que los estudiantes tienen un buen desarrollo actitudinal respecto a los factores



situacionales; porque tienen en cuenta que el mercado va cambiando constantemente y que va generando nuevas oportunidades para emprender, también consideran aprovechar las herramientas tecnológicas que se van creando para tener una mayor productividad en los emprendimientos.

Cuarto: La actitud emprendedora se relaciona de manera positiva y moderada con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, al obtenerse un coeficiente de correlación de Pearson de 0,649. Así mismo, a nivel estadístico se relacionan significativamente al obtenerse un valor ($p = 0,000 < 0,05$). Los resultados muestran que los estudiantes tienen una buena actitud emprendedora y también tienen un buen desarrollo de sus capacidades para crear empresas.



VI. RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda a los padres de familia a que den facilidades a sus hijos para que puedan poner en práctica lo que van aprendiendo en la institución de nivel superior. Además, se recomienda a los padres de familia apoyar moralmente en caso de que sus hijos quieran emprender, porque tienen una buena actitud emprendedora respecto a los factores sociodemográficos y estos se relacionan con el desarrollo de sus capacidades para crear empresas.

Segundo: Se recomienda a los docentes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Mañazo, tomar en cuenta temas que puedan aportar al desarrollo psicológico de los estudiantes, orientados al emprendimiento y creación de empresas, y para esto pueden utilizar las herramientas tecnológicas. Además, que tengan cierta tolerancia a los errores de aprendizaje que pueden cometer los estudiantes de Administración. Y se recomienda a los estudiantes cumplir con sus deberes de manera responsable y colaborativa. Se realiza esta recomendación por la relación que existe entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Tercero: Se recomienda a los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Mañazo, tener muy en cuenta el avance tecnológico, la globalización y todas las oportunidades que se van generando en la actualidad, ya sea para adquirir conocimientos en temas de su interés o para emprender y crear empresas; porque independientemente a las circunstancias por los que estén pasando, pueden lograr sus objetivos, metas y sueños; ya que tienen una buena actitud emprendedora respecto a los factores situacionales y estos se relacionan con el desarrollo de sus capacidades para crear empresas.



Cuarto: Finalmente, se recomienda al señor alcalde del distrito de Mañazo y al señor director de la institución de nivel superior del mencionado distrito, coordinar con los representantes de los emprendimientos que hay en el distrito de Mañazo, para fomentar sus crecimientos y que puedan destacar en los mercados, tomando en cuenta a los egresados de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Mañazo; periodo 2023, porque cuentan con buenas actitudes emprendedoras y estos se relacionan con el buen desarrollo de sus capacidades para crear empresas. Además, el señor alcalde distrital puede coordinar con los representantes del gobierno regional y central, para apoyar a emprendimientos, a través de las exoneraciones tributarias en sus primeras etapas y mayores accesos a fondos concursables y/o capitales semilla; ya que al consolidarse estos emprendimientos también aportarán al desarrollo social y económico.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandria, Y. (2021). *Actitud emprendedor de los alumnos de Administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, 2019* [Tesis de Título profesional, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3323>
- Badii, M. H., Guillen, A., Lugo, O. P., y Aguilar, J. J. (2014). Correlación no paramétrica y su aplicación en la investigación científica. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 9(2) 31-40.
- Ballesteros, C. (21 de agosto de 2021). El éxito viene más del error que de la teoría. *La república*. <https://www.larepublica.co/analisis/carlos-ballesteros-garcia-3233036/el-exito-viene-mas-del-error-que-de-la-teoria-3220099>
- Ballesteros, C., Gracia, G., Ocaña, A., y Jácome, C. (2018). Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. *Revista lasallista de investigación*, 15(2), 367-377. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v15n2/1794-4449-rlsi-15-02-367.pdf>
- Bonilla, G. (10 de febrero de 2023). 5 etapas de un proceso de emprendimiento. *Treinta*. <https://www.treinta.co/blog/proceso-emprendimiento>
- Bretones, F. D., y Radrigán, M. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de estudiantes universitarios chilenos y españoles. *CIRIEC – España*, 0(94), 11-30. <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/12668>



- Brunet, I., y Belzunegui, Á. (2000). *Empresa y estrategia en la perspectiva de la competencia global*. Editorial Ariel S. A.
<https://editorial.tirant.com/es/libro/empresa-y-estrategia-en-la-perspectiva-de-la-competencia-global-ignasi-brunet-9788434421646>
- Camacho, J. (2008). Asociación entre variables: Correlación no paramétrica. *Acta Médica Costarricense*, 50(3), 144-146.
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-60022008000300004
- Camarena, L. S. (2019). *Actitud Emprendedora Empresarial y Capacidad de Creación de Microempresas en Estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016* [Tesis de Título Profesional, Universidad Peruana los Andes]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/2384>
- Canahuire, A., Endara, F., y Moranye, E. (2015). *¿como hacer la tesis universitaria?* Cusco: Impreso en los talleres de Colorgraf S. R. L.
<http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=25465>
- Carrera, M. M., Partida, A., Villarreal, L. A., y Cantú, A. C. (2021). Actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios de Instituciones de Educación Superior (IES), en México. *Innovaciones de negocios*, 18(35).
<https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/340>
- Celina, H., y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista colombiana de Psiquiatria*, 34(4), 572-580.



http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009

Chavesta, M. (20 de abril de 2020). Emprendedores exitosos 15 casos para inspirarte a darle con todo. *Experiencia joven*. <https://experienciajoven.com/emprendedores-exitosos/>

Chavez, J. (s.f). ¿Qué es el financiamiento? Ejemplos, tipos e importancia. *CEUPE*. <https://www.ceupe.com/blog/financiamiento.html?dt=1689789160383>

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V. <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Churruca, C., y Monterrey, S. (2021). *Evaluación de la actitud emprendedora en estudiantes del ciclo avanzado de un CEBA en Villa María del Triunfo – Lima* [Tesis de Segunda especialidad, Universidad Nacional de Huancavelica]. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/3971>

Comisión Europea. (2004). *Apoyo a la creación de empresas*. Guía de buenas prácticas para las organizaciones de apoyo a las empresas. Virtualpro. <https://www.virtualpro.co/biblioteca/apoyo-a-la-creacion-de-empresas-guia-de-buenas-practicas-para-las-organizaciones-de-apoyo-a-las-empresas>

Coppari, M. J., y Alviarez, C. (5 de julio de 2022). Como elegir socios y colaboradores para un emprendimiento en sus primeros pasos. *Nextidea*. <https://www.nextidea4u.com/news/172-como-elegir-socios-y-colaboradores-para-un-emprendimiento-en-sus-primeros-pasos>



- Costa, M. (2018). Financiación de la empresa - ¿Qué es financiar la empresa?. *Foro capital Pymes*. <https://forocapitalpymes.com/financiacion-de-la-empresa-que-es-financiar-la-empresa/>
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., y Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49(4), 841-864. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-017-9854-x>
- Cristobal, L. (12 de marzo de 2019). El futuro de los autodidactas. *Magisterio*. <https://www.magisnet.com/2019/03/el-futuro-es-de-los-autodidactas/>
- Díaz, G. A., Quintana, M. D., y Fierro, D. G. (2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones, *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Díaz, R., Meléndez K., Rafael, J., y Geraldo, L. (2021). Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas en estudiantes universitarios de San Martín, Perú. *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-23. <https://aunarcali.edu.co/revistas/index.php/RDCES/article/view/191/131>
- Díaz, J. (17 de julio de 2011). ¿Qué te motiva a emprender tu propio negocio?. *Negocios y emprendimiento*. <https://www.negociosyemprendimiento.org/2011/07/que-motiva-emprender-tu-propio-negocio.html>
- Díaz, J. (6 de noviembre de 2012). 10 fuentes de motivación para emprendedores. *Negocios y emprendimiento*. <https://www.negociosyemprendimiento.org/2012/11/fuentes-de-motivacion-para-emprendedores.html>



- Durán, E., y Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la Educación*, 6(2), 83. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/25490-Texto%20del%20art%C3%ADculo-65439-2-10-20160701.pdf
- Escate, C. (2015). “He aprendido a sentirme orgulloso de mi cultura”. *Universidad Privada del Norte*. <https://blogs.upn.edu.pe/mividaenupn/2015/12/11/he-aprendido-a-sentirme-orgullosode-mi-cultura/>
- Espí, M. T., Arana, G., Heras, I., y Díaz, A. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de GIPUZKOA de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de empresas* 83 – 110. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/11429-385-43153-1-10-20140424.pdf
- Flores, E., Miranda, M. G., y Villasís, M. A. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. Estadística inferencial. *Revista Alergia México*, 64(3), 364-370. <https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
- Florian, A. G., y Silva, I. I. (2016). *Estudio de mercado para determinar la viabilidad comercial de la creación de un bazar de prendas de vestir Red Apple S. A. C. en la ciudad de Juanjui – San Martín 2015* [Tesis para Obtener el Título de Licenciado en Administración, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio institucional.
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2341/1/RE_ADMI_ANGIE.FLORIAN_IRINA.SILVA_ESTUDIO.DE.MERCADO.PARA.DETERMINAR.LA.VIABILIDAD.COMERCIAL_DAOS.PDF



- Furman, M., Larsen, M. E., y Buscaglia, A. (2020) ¿Cómo desarrollar la perseverancia de los estudiantes en la escuela?. *CIAESA*.
<https://www.laspreguntaseducativas.com/perseverancia/>
- Gálvez, E. J., Guauña, R. A., y Ravina, R. (2020). Actitud e intencion emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Universidad & Empresa*, 22(38), 79-105.
<https://www.redalyc.org/journal/1872/187263780005/html/>
- Gartner, W. B. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, *Sage Journal*, 12(2), 1-22.
https://fallzabdesk.szabist.edu.pk/CoursePortFolioFiles/Mubin_1140_2758_1/who%20is%20an%20ent%20-%20lums.pdf
- Gerri, M. (18 de mayo de 2023). La competitividad en el ser humano. *Psicoactiva*.
<https://www.psicoactiva.com/blog/la-competitividad-en-el-ser-humano/>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2023). *2022/2023 Global Report Adapting to a “New Normal”*. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Global Findex Database. (2021). *Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-2019*. The World Bank.
<https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>
- Gómez, A. J. (23 de enero de 2010). El emprendedor y los horarios de trabajo. *Un emprendedor*. <https://www.gerentes360.com/archivos/un-emprendedor/contenido-publico/c37-ser-emprendedor/el-emprendedor-y-los-horarios-de-trabajo/>



- Grandón, C. (2023). Tecnología por y para el emprendimiento. *Fundación BBVA Microfinanzas*. <https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/tecnologia-agente-potenciador-del-emprendimiento/>
- Guachimbosa, V. H., Lavín, J. M., y Santiago, N. I. (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(1), 71-81. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-VocacionDeCrearEmpresasYActitudIntencionYComportam-7025813.pdf>
- Guerrero, J., y Faro, T. (2012). Breve análisis del concepto de educación superior. *Alternativas psicológicas*, (27). <https://alternativas.me/attachments/article/6/3.%20Breve%20an%C3%A1lisis%20del%20concepto%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20-%20Alternativas%20en%20Psic~.pdf>
- Guzman, D. S., Torres, D., y Hernandez, T. J. (2020). Actitud emprendedora en estudiantes universitarios de administración: caso Pachuca, Mexico. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/9%20GUZMAN_TORRES_HERNANDEZ.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. McGRAW-HILL/ Interamericana Editores, S. A. de C. V.
- Hernandez, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodologia de la investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. Mexico. McGraw-Hill. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>



- Hotmart. (24 de diciembre de 2022). Jóvenes emprendedores: ¡15 casos de éxito para inspirarte!. *Hotmart blog*. <https://hotmart.com/es/blog/jovenes-emprendedores>
- Irausquín, C., Colina, J., Moreno, D. y Marín, F. (2016). Fundamentos conceptuales del desarrollo. *Multiciencias*, 16(3), 288-293. <https://www.redalyc.org/pdf/904/90453464007.pdf>
- Izquierdo, A. (2020). 7 motivos que te harán querer emprender tu negocio hoy mismo. *Alexizquierdo*. <https://alexizquierdo.com/7-motivos-que-te-haran-querer-emprender-tu-negocio-hoy-mismo/>
- Lederma, D., Messina, J., Pienknagura, S., y Rigolini, J. (2014). *Latin America Entrepreneurs: Many Firms but Little Innovation*. <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/978-1-4648-0012-2>
- Linares, D. (2002). *Formación de jóvenes emprendedores y creadores de negocios*. Colectivo Integral de Desarrollo. <https://isbn.cloud/9789972800030/formacion-de-jovenes-emprendedores-y-creadores-de-negocios/>
- López, J. E. (10 de octubre de 2013). ¿Cuál es la edad perfecta para emprender?. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/cual-es-la-edad-perfecta-para-emprender/>
- López, A. (2023). Autoconfianza: Uno de los pilares del éxito y 3 claves para desarrollarla. *Inteligencia para el éxito*. <https://inteligenciaparaelexito.com/autoconfianza/>
- Lozada, O. (2018). *Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la institución de la Institución Educativa María Goretti*



- del Distrito de Comas*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú]. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2988722>
- Maese, J. D., Alvarado, A., Valles, D. J., y Báez, Y. A. (2016). Coeficiente alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario difuso. *Cultura Científica y Tecnológica*, (59).
<https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/1455>
- Martell, K. P. (2022). *Programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022* [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio institucional.
<https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/11458/4819/1/DOCT.%20GESTI%C3%93N%20EMPRESARIAL%20-%20Karka%20Patricia%20Martell%20Alfaro.pdf>
- Martínez, R. M., Tuya, L. C., Martínez, M., Pérez, A., y Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-519X2009000200017
- Martínez, M. A., Sánchez, A., Toledo, E., y Faulin, J. (2014). *Bioestadística amigable, (Tercera edición)*. ELSEVIER. Gea Consultoría Editorial, S. L.
<file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Bioestad%C3%ADstica%20amigable.pdf>
- Mason, C. y Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth oriented entrepreneurship. *OECD*, 1-38. <https://www.oecd.org/cfe/leed/Entrepreneurial-ecosystems.pdf>



Matesanz, V. (12 de mayo de 2021). Las definiciones de éxito que jamás deberías olvidar.

Forbes10years. <https://forbes.es/lifestyle/6974/las-definiciones-de-exito-que-jamas-deberias-olvidar/>

Mayorga, R. B., Graciano, D. C., Hernández, A. M., Moctezuma, P. M., Pérez, B., y

Roldan, A. (2022). Cuadro comparativo de análisis paramétrico y no paramétrico.

Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud,

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 10(20), 90-93.

<https://doi.org/10.29057/icsa.v10i20.9143>

Medina, F. (24 de mayo de 2021). La importancia del estudio del mercado. *Diseño,*

evaluación y gestión de proyectos.

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-importancia-del-estudio-del-mercado>

Milanesi, G. (1 de marzo de 2021). ¿El dueño de un negocio maneja sus horarios? Mitos

que se piensan de un emprendedor. *Centros Comunitarios de Aprendizaje.*

<https://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/emprendimiento/articulos/el-dueno-de-un-negocio-maneja-sus-horarios-mitos-que-se-piensen-de-un>

Mitma, R. (2018). *Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en*

las estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural –

Instituto de Educación Superior Pedagógico Público – Huancavelica [Tesis de

grado, Universidad Nacional de Huancavelica, Perú].

<https://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/1589>



- Molina, M. (16 de febrero de 2022). Análisis de normalidad. Una imagen vale más que mil palabras. *ANESTESIAR*. <https://anestesiario.org/2022/analisis-de-normalidad-una-imagen-vale-mas-que-mil-palabras/>
- Mollo, G. F. (2008). El espíritu emprendedor en la formación de los nuevos profesionales. Un estudio comparativo entre Facultades de la Universidad Nacional de la Plata, [Tesis de maestría, Universidad Nacional de la Plata]. Repositorio institucional de la UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42825>
- Morales, R. (2021). *Actitud emprendedora y espíritu empresarial en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Agronómica. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, 2019* [Tesis de grado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/5475>
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ejsp.2420180303>
- Nebreda, M. (23 de enero de 2023). ¿Qué son las herramientas tecnológicas?. *Campus training*. <https://www.campustraining.es/noticias/que-son-herramientas-tecnologicas/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las ciencias y la Educación (2022). *Que debe saber acerca de la educación superior*. <https://www.unesco.org/es/higher-education/need-know>
- Ortiz, I., Barradas, M. R., y José, L. (2014). ¿Son el error y el fracaso fuentes de aprendizaje y fortalecimiento empresarial? Un punto de vista desde la filosofía



empresarial. *Ciencia Administrativa*, (2).

<https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/12/07CA201402.pdf>

Pasquinelli, L. (25 de junio de 2020). Los riesgos más comunes al emprender un negocio.

Diseño, evaluación y gestión de proyectos.

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/los-riesgos-m%C3%A1s-comunes-al-emprender-un-negocio>

Peña, R., Ferrer, D., y Silvera, L. (2021). Los modelos de referencia de los padres y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Scielo*,13(6).

<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2408>

Peralta, L. M. (2018). *La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de las estudiantes del primer año de secundaria* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo, Perú]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/12794>

Peterman, N. E., y Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. <http://www.sciepub.com/reference/56135>

Polo, D. (2020). Visión de un emprendedor. *Emprender fácil*. <https://www.emprender-facil.com/vision-de-un-emprendedor/>

Polo, D. (2023). Pasión de un emprendedor. *Emprender fácil*. <https://www.emprender-facil.com/pasion-de-un-emprendedor/>



- Prieto, S. (12 de agosto de 2020). Recursos. ¿Que son los recursos? Definición y tipos de recursos en una empresa. *Grupo PyA*. <https://grupo-pya.com/recursos-definicion-tipologia-la-empresa/>
- Puerto, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Revista científica Pensamiento y gestión*, (28), 171-195. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176009>
- Quispe, R. M. (2020). *Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020* [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/4170>
- Quispe, A. A., Maldonado, L. A., Cacsire, M. P., Villamares, E. J., Vilca, E. J., y Canchari, U. (2022). La actitud emprendedora y la generación de negocios en jóvenes universitarios. *Journal of Positive School Psychology*, 6(6), 7098 – 7104. [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/JPSP++2022++530%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/JPSP++2022++530%20(1).pdf)
- Radovich, J. (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilazo de la Vega* [Tesis de grado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/1327>
- Rafael, J., y Meléndez, K. F. (2019). *Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas de los estudiantes Tarapoto, 2019* [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio institucional.



https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2240/Jheisy_Trabajo_Bachillerato_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Real Academia Española. (2014). Conocido. *En diccionario de la lengua española (23^o edición)*. <https://dle.rae.es/conocido>

Reyes, D. (2021). Investigación de campo sobre la gestión de recursos humanos, financieros y materiales de una empresa. *Studocu*. <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-de-la-vera-cruz/ingenieria-economica/recursos-de-una-empresa-recursos-financieros-materiales-humanos-tecnologicos-y-administrativos/17527693>

Rivadeneira, M. F., y Cruz, K. C. (2020). Analisis de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Tecnica de Manabí. *Ciencias Economicas y Empresariales*, 5(3). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398392>

Rivera, I., Rivera, O., y Bonilla, C. (2019). Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de una Institución Educativa Peruana. *Scientia*, 10(2), 2018. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39852?locale-attribute=es>

Roco, A., Landabur, R., Maureira, N., y Olguin, M. (2023). ¿Cómo determinar efectivamente si una serie de datos sigue una distribución normal cuando el tamaño muestral es pequeño?. *Nutrición Hospitalaria*, 40(1), 234-235. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112023000100030

Romero, N. P. (2022). *Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas en estudiantes de ingeniería agroindustrial de una universidad pública de Tarma, 2021* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional.



https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77904/Romero_BNP-SD.pdf?sequence=1

Roy, I., Rivas, R., Pérez, M., y Palacios, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista alergia México*, 66(3), 354-360.
<https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>

Sánchez, J. (1 de marzo de 2020). Empresa. *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Santamaria, A. E., Moreno, E. M., Torres, E. F., y Cadrazco, W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial – el caso de tres PYMES de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelejo Sucre. *Revista de pensamiento gerencial*, (1).
<https://revistas.unisucree.edu.co/index.php/rpg/article/view/86>

Santos, J. (28 de junio de 2023). Emprender solo o con socios: ¿Qué es mejor?. *Mentoring Negocios*. <https://mentoringnegocios.com/emprender-solo-o-con-socios/>

Seco, M. (23 de marzo de 2023). Riesgos de emprender un negocio. *Emprende Pyme*.
<https://emprendepyme.net/riesgos-de-emprender-un-negocio.html>

Soonets, C. (29 de abril de 2021). Vision del emprendedor: la capacidad de verse en el futuro. *Eslabones de negocio*. <https://eslabonesdenegocio.com/vision-del-emprendedor/>



Soonets, C. (3 de junio de 2021). El rol de la autoconfianza en el éxito del emprendedor.

Eslabones de negocio. <https://eslabonesdenegocio.com/rol-de-la-autoconfianza-en-el-exito-del-emprendedor/>

Suaquita, A. (2017). *Evaluación de las competencias emprendedoras y la generación de*

ideas de negocios de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno – 2017 [Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, Universidad Nacional del Altiplano – Puno].

Repositorio institucional.

<https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3278173>

Sucapuca, H. (2020). *Actitud Emprendedora en los Estudiantes Universitarios de la*

Facultad de Ingeniería Económica de la Universidad Nacional del Altiplano 2019

[Tesis de título profesional, Universidad Nacional del Altiplano – Puno].

Repositorio Institucional.

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/18413/Sucapuca_Cayo_Hadderly_Koegman.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Terol, M. (3 de junio de 2021). Emprendimiento en el mundo digital y globalizado de

hoy. ¿Cómo tener éxito?. *Think big Empresas*.

<https://empresas.blogthinkbig.com/como-el-emprendimiento-te-ayuda-a-prosperar-en-el-mundo-digital-globalizado/>

Tolozá, Y. (2019). *Factores que han influido en la transformación de la identidad*

cultural: una mirada desde los integrantes de la escuela identidad cultural

Municipio del Charco – Nariño [trabajo de grado, Universidad Libre Programa de

Trabajo Social Pereira Risaralda]. Repositorio institucional.



<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/22281/MD0030.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Toriz, D. (2017). La importancia de considerar los marcos normativos en la implementación de los negocios. *Grupo Asesores en Negocios*.
<https://asesneg.com.mx/la-importancia-considerar-los-marcos-normativos-en-la-implementacion-los-negocios/>

Torres, C. (2015). *Actitudes emprendedoras en estudiantes secundarios de instituciones de gestión educativa diferenciadas de San Juan de Lurigancho* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú].
<https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/2124>

Torres, D. (27 de junio de 2023). Los 11 pasos clave para crear una empresa. *Hubspot*.
<https://blog.hubspot.es/sales/pasos-para-crear-una-empresa>

Trujillo, M. F. (2022). Aprender a emprender.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/47072/2022mariatrujillo1.pdf?sequence=12&isAllowed=y>

Tuapanta, J. V., Duque, M. A., y Mena, A. P. (2017). Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en docentes universitarios. *Revista mktDescubre ESPOCH FADE*, 1(10), 37 – 48.
<http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktdescubre11/article/view/50>

Valeriano, L. F. (2008). La administración como ciencia, técnica y arte. *Gestión en el tercer milenio*, 11(12), 7-10. <https://doi.org/10.15381/gtm.v11i12.8984>



- Vallejo, M. (2003). *La identidad cultural, el turismo y la recreación* [Tesis de graduación, Universidad Nacional de Mar del Plata]. Repositorio institucional. https://repositoriosdigitales.mincyt.gov.ar/vufind/Record/NULAN_8fee5805a07cb25b4567de1b850bc299
- Valreymond, D., Cutipa, A. M., y Álvarez, R. (2020). Modelo de actitud emprendedora de los estudiantes de Administración de las Universidades de la region Apurimac. *Revista de Investigaciones*, 9(1). <https://doi.org/10.26788/riepg.v9i1.1328>
- Veciana, J. M. (2005). *La Creación de Empresas: Un enfoque gerencial*. La Caixa, 2005. <https://www.uv.es/creaemp/Veciana2005Libro.pdf>
- Vega, M. (2017). *Mis colaboradores no se comprometen con la empresa y sus objetivos*. [Trabajo de investigación de Magíster en Gobierno de las Organizaciones, Universidad de Piura]. Repositorio institucional. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3049/MGO_007.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Velásquez, D. R., y Vilca, M. E. (2019). *Actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto año de la escuela profesional de turismo y hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, 2018* [Tesis de grado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio institucional. <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8ca3fa1a-0fed-4ece-b7c9-481900e14e7e/content>

ANEXOS

ANEXO A: Matriz de consistencia

Título: “Actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023”

PROBLEMAS	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIÓN	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
PG: ¿Cuál es la relación que existe entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023?	HG: La actitud emprendedora se relaciona significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.	OG: Determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.	Variable X: Actitud emprendedora	1.1 Factores Sociodemográficos 1.2 Factores psicológicos 1.3 Factores situacionales	Diseño de investigación: No experimental y transversal. Enfoque de investigación: Cuantitativo. Alcance de investigación: Descriptivo y Correlacional. Técnica de investigación: Encuesta. Instrumento de investigación: Cuestionario. Tratamiento estadístico: Para la presentación de resultados se usó tablas estadísticas, para la prueba de normalidad se usó la prueba de Shapiro-Wilk, y para presentar los resultados por objetivos se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman y el coeficiente de correlación de Pearson.	Estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Mañazo; periodo 2023 Población: 42 Muestra: 42
PROBLEMAS ESPECÍFICOS PE-1: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores sociodemográficos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023? PE-2: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023? PE-3: ¿Cuál es la relación que existe entre los factores situacionales y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023?	HIPOTESIS ESPECÍFICAS HE-1: Los factores sociodemográficos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023. HE-2: Los factores psicológicos se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023. HE-3: Los factores situacionales se relacionan significativamente con el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS OE-1: Determinar la relación entre los factores sociodemográficos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023. OE-2: Determinar la relación entre los factores psicológicos y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023. OE-3: Determinar la relación entre los factores situacionales y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.	Variable Y: Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	2.1 Conocimiento empresarial 2.2 Experiencia empresarial 2.3 Motivación empresarial		

ANEXO B: Operacionalización de la variable “Actitud emprendedora”

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Actitud emprendedora	De acuerdo a Churruca Tineo y Monterrey Melgarejo (2021), “la actitud emprendedora es cuando una persona se siente motivado para trabajar por sus metas y también se siente inspirado para poder construir su proyecto de vida sin que se conforme con lo que tiene; así mismo, es tener el deseo de convertirse en lo que puede llegar a ser” (p. 25).	La actitud emprendedora que tienen los estudiantes del tercer y quinto semestre de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; período 2023, considerando las dimensiones de: Factores sociodemográficos, factores psicológicos y factores situacionales.	Factores sociodemográficos	Edad Género Cultura Ocupación de los padres Educación Perseverancia Error y aprendizaje Actitud competitiva Autoconfianza Gestión de riesgos Emprendimiento por necesidad Emprendimiento por oportunidad Capacidad de financiamiento Globalización Herramientas tecnológicas	Ordinal

Nota. La tabla muestra la variable “X” con sus dimensiones e indicadores abordados en este proyecto de investigación.

ANEXO C: Operacionalización de la variable “Desarrollo de la capacidad de creación de empresas”

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Desarrollo de la capacidad de creación de empresas	Según Quispe Flores de Ramirez (2020), “la creación de una empresa inicia con la identificación de un problema o de una necesidad del mercado, y el emprendedor busca darle una solución, en base a su capacidad para reunir los recursos necesarios, investigar el mercado, investigar la competencia, también identificar proveedores y posteriormente evaluar la oportunidad empresarial” (P.30).	Estudiantes matriculados en el tercer y quinto semestre de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior – Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023, que van desarrollando sus capacidades para crear empresas en base a sus conocimientos, experiencias y motivaciones empresariales.	Conocimiento empresarial	Estudio de mercado	Ordinal
				Equipo de colaboradores	
				Administración de recursos	
				Normas legales	
			Experiencia empresarial	Etapas del emprendimiento	
				Experiencia laboral propia	
				Experiencia laboral familiar	
			Motivación empresarial	Experiencia laboral de amigos	
				Experiencia laboral de conocidos	
				Experiencias de grandes empresarios	
Motivación empresarial	Ingreso económico				
	Pasión por el trabajo				
	Horario de trabajo				
			Libertad para tomar decisiones		
			Visión del emprendedor		

Nota. La tabla muestra la variable “Y” con sus dimensiones e indicadores abordados en este proyecto de investigación.



ANEXO D: Introducción de los cuestionarios

ENCUESTA SOBRE LA ACTITUD EMPRENDEDORA Y EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS

El presente trabajo de investigación lleva por título “Actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023”. Este proyecto es dirigido por Marcos Vilca Coaquira, egresado de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. La directora/asesora es: M.Sc. Amira Carpio Maraza. El objetivo de la investigación es determinar la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023.

Responde cada ítem de los cuestionarios con la mayor sinceridad posible, ya que tus respuestas serán anónimas y serán analizados de manera conjunta con las respuestas de tus compañeros. Para responder cada ítem seleccione con un aspa (**X**) la alternativa que mejor describa su actitud emprendedora y su capacidad para crear empresas, de acuerdo a la siguiente escala:

5 = Muy de acuerdo

4 = De acuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

2 = En desacuerdo

1 = Muy en desacuerdo

Agradezco amablemente tu participación que contribuirá al desarrollo de esta investigación.

ANEXO E: Cuestionario de la actitud emprendedora

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Valoración				
D1: Factores sociodemográficos						
01	Puedo emprender y tener éxito sin importar la edad que tenga.	5	4	3	2	1
02	Los varones y las mujeres por igual tenemos el potencial de crear empresas exitosas.	5	4	3	2	1
03	Me siento orgulloso de mi cultura y es el mejor reflejo que daré al emprender.	5	4	3	2	1
04	Lo que me motiva a emprender son las actividades diarias de mis padres.	5	4	3	2	1
05	Cada día voy aprendiendo nuevas cosas por mi propia voluntad para poder emprender y tener éxito.	5	4	3	2	1
D2: Factores psicológicos						
06	La perseverancia y el trabajo duro me permitirán lograr todos mis objetivos y metas.	5	4	3	2	1
07	Cuando cometo errores también aprendo y de alguna forma me permite estar cada vez más cerca de lograr mis metas.	5	4	3	2	1
08	Al emprender, es muy importante mejorar e innovar constantemente los productos o servicios.	5	4	3	2	1
09	Cada día cultivo mi propia confianza, porque es muy importante para lograr el éxito de un emprendimiento.	5	4	3	2	1
10	Existen riesgos al emprender, por eso cada día me preparo para minimizar y tomar riesgos calculados.	5	4	3	2	1
D3: Factores situacionales						
11	Quiero emprender y crear mi propia empresa para generar ingresos, debido a los problemas económicos de mi familia.	5	4	3	2	1
12	El mercado está en constante cambio y evolución, por eso quiero emprender para brindar un mejor producto o servicio.	5	4	3	2	1
13	Tengo el dinero y otros recursos necesarios para ejecutar mi idea de emprendimiento.	5	4	3	2	1
14	La globalización está permitiendo un mayor y mejor acceso a los mercados, y eso me motiva a emprender.	5	4	3	2	1
15	Las herramientas tecnológicas como YouTube y otros, permiten una mayor productividad, y quiero aprovecharlos al emprender.	5	4	3	2	1

Nota. La tabla muestra el cuestionario de la variable “Actitud emprendedora”, compuesto por 15 ítems.

ANEXO F: Cuestionario del desarrollo de la capacidad de creación de empresas

N°	DIMENSIONES / ITEMS	Valoración				
D1: Conocimiento empresarial						
01	Tengo la capacidad para analizar el mercado y la competencia, y así detectar necesidades insatisfechas.	5	4	3	2	1
02	Cuento con la capacidad para evaluar el talento y el potencial de las personas que puedan aportar al éxito de un emprendimiento.	5	4	3	2	1
03	Tengo conocimientos para administrar adecuadamente los recursos que sean necesarios en un emprendimiento.	5	4	3	2	1
04	Tengo conocimientos para emprender legalmente y tener una base sólida para el crecimiento sostenible del emprendimiento.	5	4	3	2	1
05	Tengo conocimientos para poder enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en cada etapa del emprendimiento.	5	4	3	2	1
D2: Experiencia empresarial						
06	Por mis propias experiencias laborales me siento motivado para emprender y lograr mis metas.	5	4	3	2	1
07	Las experiencias laborales que comparto conmigo mis familiares me motivan para emprender y lograr mis metas.	5	4	3	2	1
08	Las experiencias laborales que comparto conmigo mis amigos me motivan para emprender y lograr mis metas.	5	4	3	2	1
09	Las experiencias laborales que comparto conmigo algunos conocidos me motivan para emprender y lograr mis metas.	5	4	3	2	1
10	Las historias y experiencias de los grandes empresarios del mundo me motivan para emprender y lograr mis metas.	5	4	3	2	1
D3: Motivación empresarial						
11	Cuando tenga mi propia empresa podré generar mayores ingresos económicos.	5	4	3	2	1
12	En mi propia empresa podré trabajar cada día en algo que realmente me apasiona.	5	4	3	2	1
13	En mi propia empresa podré elegir mi horario de trabajo, y combinar mi vida personal y familiar.	5	4	3	2	1
14	Al ser empresario podré tener la libertad para tomar mis propias decisiones, algo que no puedo hacer en otras entidades.	5	4	3	2	1
15	Al ser empresario contribuiré a la sociedad, generando empleo y ofreciendo productos y/o servicios de gran valor.	5	4	3	2	1

Nota. La tabla muestra el cuestionario de la variable “Desarrollo de la capacidad de creación de empresas”, compuesto por 15 ítems.



ANEXO G: Modelo de carta de presentación para validación de instrumentos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):

M.Sc. SABY YAZMINA CAIRO MÉNDEZ

Presente.

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y hacer de su conocimiento que siendo egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, requiero validar mi instrumento, para recoger informaciones necesarias para desarrollar mi investigación, y con el cual podré optar el grado de Licenciado en Administración.

El título de la investigación es: ***“Actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; período 2023”***. Y siendo necesario contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, considero conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de investigación.

El expediente de validación contiene:

- Cuestionarios
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de las variables
- Formatos para validación de instrumentos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, agradeciendo anticipadamente por su atención que dispone a la presente.

Atentamente.

Marcos Vilca Coaquira


DNI: 71504187

Puno, 14 de Junio del 2023


Nota. La imagen muestra el modelo de la carta de presentación que se entregó a los docentes que validaron los dos cuestionarios.

ANEXO H: Validación de instrumentos

Figura H.1: Validación del instrumento 1 por la docente HANCCO GOMEZ, Miriam Serezade



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: Dra. HANCCO GOMEZ, Miriam Serezade
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre la actitud emprendedora.
 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN


INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	RÉGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.					X
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.				X	
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.				X	
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D 4	E 6

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDEZ} = (1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{46}{50} = 0.92$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X




 D.N.I. 40.879.775
 TELÉFONO 951.96.0500

Puno, 07 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 1, que corresponde a la variable actitud emprendedora.

Figura H.2: Validación del instrumento 2 por la docente HANCCO GOMÉZ, Miriam Serezade



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: Dra. HANCCO GOMEZ, Miriam Serezade
- 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
- 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.
- 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DÉFICIENTE 2	RÉGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentacion ordenada					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.				X	
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos				X	
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.				X	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al proposito de la investigación.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al proposito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)					5	5
		A	B	C	D	E

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDEZ} = \frac{(1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E)}{50} = \frac{45}{50} = 0.90$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 - 0.60]	
Observado	< 0.60 - 0.70]	
Aprobado	< 0.70 - 1.00]	X

Puno, 07 de Junio del 2023

MIRIAM SEREZADE GOMEZ
 FIRMA DEL JUEZ
 D.N.I. 40834775
 TELÉFONO. 951960500

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 2, que corresponde a la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Figura H.3: Validación del instrumento 1 por la docente CAIRO MÉNDEZ, Saby

Yazmina



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. CAIRO MÉNDEZ, Saby Yazmina
- 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
- 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre la actitud emprendedora.
- 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.				X	
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.				X	
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.				X	
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)					5	5
		A	B	C	D	E

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDEZ} = (1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{45}{50} = 0.90$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

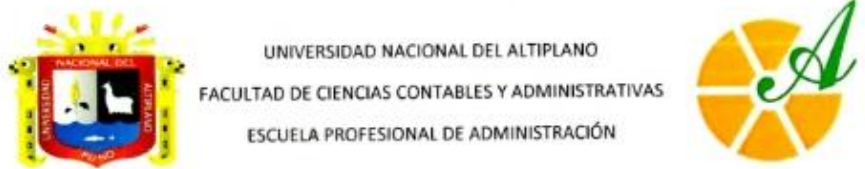
CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X

[Firma manuscrita]
FIRMA DEL JUEZ
D.N.I. 20371662
TELÉFONO 996700932

Puno, 14 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 1, que corresponde a la variable actitud emprendedora.

Figura H.4: Validación del instrumento 2 por la docente CAIRO MÉNDEZ, Saby Yazmina



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. CAIRO MÉNDEZ, Saby Yazmina
- 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
- 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.
- 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.					X
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.				X	
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D	E
					4	6

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDEZ} = (1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{46}{50} = 0.92$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).


CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X

Puno, 14 de Junio del 2023


[Firma]
FIRMA DEL JUEZ
D.N.I. 40371662
TELÉFONO 996700932

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 2, que corresponde a la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Figura H.5: Validación de instrumento 1 por el docente FERNÁNDEZ BURGOS, Roger Freddy



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. FERNÁNDEZ BURGOS, Roger Freddy
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre la actitud emprendedora.
 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.				X	
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.					X
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	4 D	6 E

COEFICIENTE DE VALIDEZ = $(1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{46}{50} = 0.92$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X



M.Sc. Roger Freddy Fernández Burgos
DOCENTE UNIVERSITARIO

FIRMA DEL JUEZ


D.N.I. 01307036

TELÉFONO 951921622


Puno, 07 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 1, que corresponde a la variable actitud emprendedora.

Figura H.6: Validación del instrumento 2 por el docente FERNÁNDEZ BURGOS, Roger Freddy



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. FERNÁNDEZ BURGOS, Roger Freddy
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.
 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.					X
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.					X
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D 3	E 7

COEFICIENTE DE VALIDEZ = $(1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{47}{50} = 0.94$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0,00 – 0,60]	
Observado	< 0,60 – 0,70]	
Aprobado	< 0,70 – 1,00]	X



M.Sc. Roger Freddy Fernández Burgos
DOCENTE UNIVERSITARIO

FIRMA DEL JUEZ


D.N.I. 01307036

TELÉFONO 951921622


Puno, 07 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 2, que corresponde a la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Figura H.7: Validación del instrumento 1 por la docente CHARAJA FERNÁNDEZ, Litzbel



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. CHARAJA FERNÁNDEZ, Litzbel
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre la actitud emprendedora.
 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.				X	
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.					X
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)					3	7
		A	B	C	D	E

COEFICIENTE DE VALIDEZ = $(1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{47}{50} = 0.94$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X

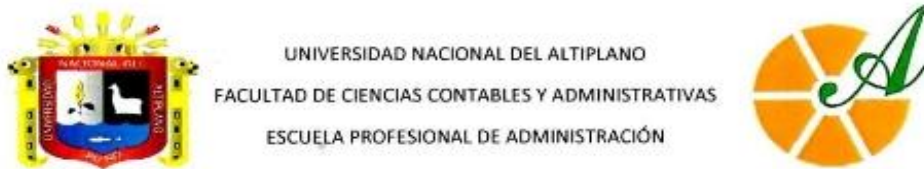

 M. Sc. Litzbel Charaja Fernandez
 DOCENTE
 UNA - PUNO

FIRMA DEL JUEZ
 D.N.I. 40517509
 TELÉFONO 951523343

Puno, 07 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 1, que corresponde a la variable actitud emprendedora.

Figura H.8: Validación del instrumento 2 por la docente CHARAJA FERNÁNDEZ, Litzbel



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2

I. DATOS GENERALES

- I.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. CHARAJA FERNÁNDEZ, Litzbel
- I.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
- I.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.
- I.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenado.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.				X	
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.					X
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)					3	7
		A	B	C	D	E

$$\text{COEFICIENTE DE VALIDEZ} = (1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{47}{50} = 0.94$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X


M. Sc. Litzbel Charaja Fernandez
DOCENTE
UNA - PUNO

FIRMA DEL JUEZ
D.N.I. 40517509
TELÉFONO 95523343


Puno, 07 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 2, que corresponde a la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.

Figura H.9: Validación del instrumento 1 por el docente TAPIA SANIZO, John Davy



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. TAPIA SANIZO, John Davy
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre la actitud emprendedora.
 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN


INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DEFICIENTE 2	REGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Está formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.					X
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.				X	
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos					X
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D	E
					2	8


COEFICIENTE DE VALIDEZ = (1 x A) + (2 x B) + (3 x C) + (4 x D) + (5 x E) = $\frac{48}{50} = 0.96$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X


Puno, 12 de Junio del 2023




 Lic. Adm. John D. Tapia Sumbro
 C.I. 951644048
FIRMA DEL JUEZ
 D.N.I. 29636923
 TELÉFONO 951644048

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 1, que corresponde a la variable actitud emprendedora.

Figura H.10: Validación del instrumento 2 por el docente TAPIA SANIZO, John Davy



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: M.Sc. TAPIA SANIZO, John Davy
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente en la UNA - PUNO
 1.3 Nombre del instrumento: Cuestionario sobre el desarrollo de la capacidad de creación de empresas.
 1.4 Autor del instrumento: VILCA COAQUIRA, Marcos



II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	REPROBADO 1	DÉFICIENTE 2	RÉGULAR 3	BUENO 4	MUY BUENO 5
1. CLARIDAD	Esta formulado en lenguaje apropiado.					X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenado.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en calidad y cantidad.				X	
6. INTENCIÓN	Valora aspectos de investigación.					X
7. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos y científicos.				X	
8. COHERENCIA	Los ítems, indicadores y dimensiones expresados coherentemente.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado al propósito de la investigación.					X
CONTEO DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D	E
					4	6

COEFICIENTE DE VALIDEZ = $(1 \times A) + (2 \times B) + (3 \times C) + (4 \times D) + (5 \times E) = \frac{46}{50} = 0.92$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo y marque con un aspa en la siguiente columna).

CATEGORÍA	INTERVALO	
Desaprobado	[0.00 – 0.60]	
Observado	< 0.60 – 0.70]	
Aprobado	< 0.70 – 1.00]	X



 Lic. Adm. John D. Tapia Sanizo
 02.10.2023
FIRMA DEL JUEZ
 D.N.I. 89636973
 TELÉFONO 991644048

Puno, 12 de Junio del 2023

Nota. La figura muestra el resultado de la validación del instrumento 2, que corresponde a la variable desarrollo de la capacidad de creación de empresas.



ANEXO I: Carta de presentación para realizar la encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS



"AÑO DEL LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Puno, 19 de mayo del 2023

OFICIO N° 517-2023-D-FCCA-UNA

SEÑOR Dr.
RUBEN NICANDRO AZA TACCA
DIRECTOR DEL INSTITUTO DE EDUCACION
SUPERIOR TECNOLOGICO PUBLICO - MAÑAZO


CIUDAD.-

Asunto : Solicita facilidades a estudiante para la realización de encuestas.

Es grato dirigirme a usted, con la finalidad de presentar al Sr. **MARCOS VILCA COAQUIRA**, identificado con matrícula N°180825, de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, quien con el fin de efectuar su trabajo de tesis es que debe realizar encuestas, por lo que agradeceré se sirva autorizar a quien corresponda se le permita efectuar dichas encuestas a los alumnos de la Carrera de Administración del Instituto que dignamente dirige, para que de esta forma cumpla en la mejor forma su cometido.

Agradeciendo anticipadamente por su atención, me suscribo.

Atentamente,


Dr. EDGAR DARIO CALLOHUANCA AVALOS
DECANO FCCA.

c.c.
- Archivo

MINISTERIO DE EDUCACIÓN	
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN PUNO	
INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR	
TECNOLÓGICO PÚBLICO - MAÑAZO	
SECRETARIA	
N° DE EXP. 028-2023	
FECHA: 02/05/23	POB:
N° FOLIOS: 01	
	

Nota. La imagen muestra el documento que se presentó al Instituto de Educación Superior Tecnológico Público de Mañazo para poder realizar la encuesta.

ANEXO J: Imágenes de la aplicación de los cuestionarios

Figura J.1: Entrega de cuestionarios a los estudiantes de Administración



Nota. Entrega de cuestionarios a los estudiantes del quinto semestre de la carrera de Administración.

Figura J.2: Explicación para el desarrollo de los cuestionarios



Nota. Luego de la entrega de cuestionarios a los estudiantes de la carrera de Administración se realizó la explicación para el adecuado desarrollo de los cuestionarios.

Figura J.3: Desarrollo de los cuestionarios



Nota. Desarrollo de los cuestionarios por parte de los estudiantes del quinto semestre de la carrera de Administración.

Figura J.4: Desarrollo de los cuestionarios



Nota. Desarrollo de los cuestionarios por parte de los estudiantes del tercer semestre de la carrera de Administración.

Figura J.5: Explicación individual durante el desarrollo de los cuestionarios



Nota. Explicación individual a los estudiantes de la carrera de Administración, para el adecuado desarrollo de los cuestionarios.

Figura J.6: Recepción de los cuestionarios desarrollados



Nota. Recepción de cuestionarios desarrollados por parte de los estudiantes de la carrera de Administración.

ANEXO K: Base de datos de la variable “Actitud emprendedora”

Nro.	DIMENSIONES / PREGUNTAS														
	FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS					FACTORES PSICOLÓGICOS					FACTORES SITUACIONALES				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
E1	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
E2	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4
E3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4
E4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4
E5	2	4	4	2	4	3	4	4	4	5	2	3	4	3	4
E6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E7	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5
E8	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5
E9	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4
E10	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5
E11	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
E12	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4
E13	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4
E14	5	5	5	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5
E15	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	2	4	2	4
E16	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	2	4	3
E17	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
E18	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4
E19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5
E20	4	5	4	1	4	4	5	4	5	4	1	4	2	3	4
E21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4
E22	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3	3	4
E23	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4
E24	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	3	5	4
E25	5	5	4	3	3	5	5	5	4	3	3	3	2	3	4
E26	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3
E27	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4
E28	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4
E29	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
E30	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4
E31	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	2	3
E32	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4
E33	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4
E34	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
E35	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	3	4



E36	4	5	4	4	5	5	3	5	3	4	4	5	3	4	5
E37	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
E38	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
E39	3	4	4	3	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	5
E40	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
E41	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
E42	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	1	4	3

Nota. Base de datos de la variable “Actitud emprendedora”, copiado del software Excel; estos datos se usaron para determinar la normalidad y correlación según los objetivos, en el software SPSS Statistics 23.

ANEXO L: Base de datos de la variable “Desarrollo de la capacidad de creación de empresas”

Nro.	DIMENSIONES / PREGUNTAS														
	CONOCIMIENTO EMPRESARIAL					EXPERIENCIA EMPRESARIAL					MOTIVACIÓN EMPRESARIAL				
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15
E1	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4
E2	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4
E3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	2	1	5
E4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	1	2	3
E5	3	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	3
E6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E7	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	2	3
E8	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
E9	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5
E10	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5
E11	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	3	4	3	3	4
E12	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
E13	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
E14	4	3	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	3	4	4
E15	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	2	2	4
E16	4	4	3	2	3	3	4	3	3	2	4	2	2	2	3
E17	4	4	4	4	4	5	5	2	3	5	5	5	2	2	4
E18	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
E19	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	5	1	1	4	4
E20	4	4	4	5	4	3	3	4	2	4	3	4	1	1	1



E21	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4
E22	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4
E23	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5
E24	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	3	5
E25	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5
E26	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3
E27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
E28	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4
E29	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
E31	3	3	2	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4
E32	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5
E33	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
E34	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	2	5	5
E35	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
E36	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
E37	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	3	5
E38	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
E39	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	5	2	3	5
E40	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
E41	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	2	3	5
E42	4	3	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5

Nota. Base de datos de la variable “Desarrollo de la capacidad de creación de empresas”, copiado del software Excel; estos datos se usaron para determinar la normalidad y correlación según los objetivos, en el software SPSS Statistics 23.



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Marcos Vilca Coaguira
, identificado con DNI 71504187 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Administración

, informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación para la obtención de Grado

Título Profesional denominado:

"Actividad emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los egresados de la
carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológica Pública - Moquegua - periodo 2023"

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 12 de enero del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Marcos Vilca Coaguira
identificado con DNI 71504187 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Administración

, informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación para la obtención de Grado
 Título Profesional denominado:

“Actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la
Carrera de Administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público - Manáza; periodo 2023
” Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 12 de enero del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella