



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Autoconcepto y actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de
Tarapoto, 2019**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

AUTORES:

Romina Flores Macedo

Liliana Milagros Torres Grandez

ASESOR:

Lic. Adm. Mba. Seidy Janice Vela Reátegui

Tarapoto – Perú

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Autoconcepto y actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de
Tarapoto, 2019**

AUTORES:

Romina Flores Macedo

Liliana Milagros Torres Grandez

Sustentada y aprobada el 05 de noviembre del 2021, por los siguientes jurados:

.....
CPCC. M.Sc. Carmen Pérez Tello
Presidente

.....
Lic. Adm. M.Sc. Segundo Saúl Rodríguez Mendoza
Secretario(a)

.....
Lic. Adm. Mg. Julio César Capillo Torres
Vocal

.....
Lic. Adm. Mba. Seidy Janice Vela Reátegui
Asesora

Declaratoria de autenticidad

Romina Flores Macedo, con DNI N° 71872853 y **Liliana Milagros Torres Grandez**, con DNI N° 74605795, bachilleres de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, autores de la Tesis titulada: **Autoconcepto y actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.**

Declaramos bajo juramento que:

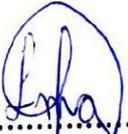
1. El Tesis es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la Tesis no ha sido auto plagiada.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Tarapoto 05 de noviembre del 2021.


.....
Bach. Romina Flores Macedo
DNI N° 71872853




.....
Bach. Liliana Milagros Torres Grandez
DNI N° 74605795



Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres: Flores Macedo Romina	
Código de alumno : 71872853	Teléfono: 915335787
Correo electrónico : romifloma@gmail.com	DNI: 71872853

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de: Ciencias Económicas
Escuela Profesional de: Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título : Autoconcepto y actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.
Año de publicación: 2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



Firma del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

11 / 03 / 2022

 UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.

Ing. Grecia Vanessa Fachin Ruiz
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Torres Grandez Liliانا Milagros		
Código de alumno :	74605795	Teléfono:	941 456585
Correo electrónico :	Lilianatorresgr@gmail.com DNI: 74605795		

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Administración

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Autoconcepto y actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.
Año de publicación:	2021

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

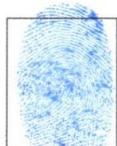
7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



Firma del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

11 / 03 / 2022



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.



Ing. Geiza Vanessa Fachin Ruíz
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

A las personas más importantes de nuestras vidas que son nuestros seres queridos, los responsables de nuestra formación personal quienes hicieron todo el sacrificio para cumplir nuestros sueños y ayudarnos a cumplir nuestros objetivos, por motivarnos y darnos sus consejos y encaminarnos por el buen camino con enseñanzas a base de experiencia, por siempre los agradeceremos.

Los autores

Agradecimiento

Nunca dejaremos de agradecer a nuestros padres, por siempre estar ahí ante cualquier adversidad que pasamos en nuestras vidas, son nuestro motor y motivo para salir adelante.

A nuestra universidad, por darnos un lugar para crecer como profesional, a nuestros docentes que formaron parte de nuestras vidas, por su dedicación y tiempo con su experiencia plasmaron su conocimiento en nuestra persona y demás compañeros.

Así mismo, el agradecimiento a todas las empresas que nos brindaron apoyo para realizar nuestros respectivos trabajos y alcanzar nuestros objetivos planteados.

Los autores

Índice general

Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	viii
Índice general.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Resumen.....	x
Abstract	xi
Introducción	1
CAPÍTULO I REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
1.1. Antecedentes de la investigación	6
1.2. Bases teórica.....	9
1.3. Definición de términos básicos	18
CAPÍTULO II MATERIAL Y MÉTODOS	21
2.1. Tipo y nivel de investigación	21
2.2. Diseño de investigación.....	22
2.3. Población y muestra	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	24
2.6. Materiales y métodos.....	24
CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSION	25
3.1. Resultados	25
3.2. Discusiones.....	35
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
ANEXO.....	43

Índice de tablas

Tabla 1. Autoconcepto académico/laboral en universitarios de la ciudad de Tarapoto.....	25
Tabla 2. Autoconcepto social en universitarios de la ciudad de Tarapoto.....	26
Tabla 3. Autoconcepto emocional en universitarios de la ciudad de Tarapoto	26
Tabla 4. Autoconcepto familiar en universitarios de la ciudad de Tarapoto	26
Tabla 5. Autoconcepto físico en universitarios de la ciudad de Tarapoto	27
Tabla 6. Autoconcepto en universitarios de la ciudad de Tarapoto	27
Tabla 7. Autoconfianza en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.....	28
Tabla 8. Creatividad e innovación en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019	28
Tabla 9. Tener visión de futuro en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.....	28
Tabla 10. Perseverancia en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019	29
Tabla 11. Trabajo en equipo en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019	29
Tabla 12. Actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.....	30
Tabla 13. Relación entre el autoconcepto académico/laboral y la autoconfianza	30
Tabla 14. Relación entre el autoconcepto social y la creatividad e innovación.....	31
Tabla 15. Relación entre el autoconcepto emocional y el tener visión de futuro	32
Tabla 16. Relación entre el autoconcepto familiar y la perseverancia.....	32
Tabla 17. Relación entre el autoconcepto físico y el trabajo en equipo.....	33
Tabla 18. Relación entre el autoconcepto y las actitudes emprendedoras	34

Resumen

La presente investigación titulada “Autoconcepto y actitudes emprendedoras en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019” ha tenido por objetivo general determinar la relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019. Para esto, se trabajó la siguiente metodología: investigación de tipo aplicada, de nivel descriptivo y correlacional con un diseño no experimental de corte transversal. La muestra establecida bajo un muestreo probabilístico, fue un total de 161 universitarios de la ciudad de Tarapoto en el periodo 2019, para lo cual se empleó como técnica de recolección de datos: la encuesta, con su respectivo instrumento el cuestionario. Gracias a esto fue posible llegar al siguiente resultado: un 61% de universitarios presenta un bajo nivel de autoconcepto, y de forma casi similar, un 65% presenta un bajo nivel de actitudes emprendedoras. Finalmente, se concluyó lo siguiente: existe una relación significativa y positiva del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019, esto frente a un coeficiente de correlación de 0,518. Además, gracias a haber obtenido un valor sig. (bilateral) de 0,000 que resulta ser menor al margen de error de 0,05, fue posible aceptar la hipótesis formulada, indicando de este modo que, los bajos niveles de autoconcepto, son proporcionales al bajo nivel de actitudes emprendedoras que pueden presentar los universitarios.

Palabras clave: Autoconcepto, actitud emprendedora

Abstract

The present research entitled "Self-concept and entrepreneurial attitudes in university students in the city of Tarapoto, 2019" has had the general objective of determining the relationship between self-concept and entrepreneurial attitude in university students in the city of Tarapoto, 2019. The following methodology was used: applied research, descriptive and correlational level with a non-experimental cross-sectional design. The sample established under a probabilistic sampling, was a total of 161 university students of the city of Tarapoto in the period 2019, for which the survey was used as a data collection technique, with its respective instrument the questionnaire. Consequently, the following result was reached: 61% of university students have a low level of self-concept, and almost similarly, 65% have a low level of entrepreneurial attitudes. Finally, it was concluded that: there is a significant and positive relationship between self-concept and entrepreneurial attitude among university students of the city of Tarapoto, 2019, with a correlation coefficient of 0.518. In addition, by obtaining a sig. (bilateral) of 0.000, which is less than the margin of error of 0.05, it was possible to accept the hypothesis formulated, thus indicating that low levels of self-concept are proportional to the low level of entrepreneurial attitudes that university students may have.

Keywords: Self-concept, entrepreneurial attitude



Introducción

América Latina presenta una serie de dificultades para el emprendedor, situación que no ocurre en los mercados con mayor índice de desarrollo, esto debido a factores políticos, jurídicos, sociales, económicos y ambientales, sin embargo, un emprendedor ya está preparado para afrontar escenarios inciertos y está consciente de los riesgos y amenazas a los cuales se enfrentará. Ante el panorama regional existente, un emprendedor, para que logre tener éxito en sus proyectos empresariales debe tener en consideración construir o lanzar al mercado un producto o servicio que las personas quieran volver a utilizarlo de manera continua, para ello tiene que ser capaz de identificar necesidades existente en el mercado, otro punto es que deben de centrarse en un segmento de mercado en específico, esto da a comprender de que deben canalizar todos sus recursos y esfuerzo en cubrir las necesidades de una parte de la población (Pilo, 2017, párr.1).

Contar con un autoconcepto positivo es fundamental para un adecuado funcionamiento social y profesional del individuo, ya que si se presenta deficiencias en el autoconcepto este desencadenaría problemas emocionales y conductuales tanto en el corto y en el largo plazo, además que el individuo se mostrará más agresivo y su comportamiento será antisocial. El desarrollo del autoconcepto es el resultado de las experiencias con el entorno, y aquello que llega a definir la conducta, y esto influye mucho en las decisiones que se toma. Para los emprendedores desarrollar un adecuado autoconcepto es fundamental porque determinará la decisión que lleguen a tomar, mientras que la decisión para emprender de un individuo estará influenciada por dos motivos, siendo la primera por necesidad, como la independencia económica, crear su propio trabajo o superar una experiencia negativa; mientras que el segundo motivo es la identificación de una oportunidad, para ello el individuo será capaz de percibir las necesidades de los demás (Giménez, Candela, Erviti, Castillo, & Delgado, 2016, p.72)

En el Perú formar una empresa no es un proceso fácil, pero las ganas, el impulso y deseo sobrepasan las dificultades que pudieran presentarse; según los datos estadísticos manejados por la Universidad ESAN cuatro de cada diez peruanos desean emprender su propio negocio y sólo el 20% de todos los emprendedores se encuentran en una etapa inicial de su proyecto; además de ello el emprendedor peruano se caracteriza porque siempre está

ingeniándose, creando, y buscando soluciones para los escenarios difíciles que se presentan, a pesar de la adversidad del sector financiero (Radio Programas de Perú, 2018, párr.1). El principal reto para los jóvenes universitarios que desean emprender es la búsqueda de financiamiento para sus proyectos empresariales, ya que estos no cuentan con los recursos económicos necesarios o no poseen garantías para el sector financiero en la obtención de créditos; es por ello que se tienen que ingeniar y buscar alternativas como el asociarse con algún inversionista, o participar en programas del estado que les otorgue un capital semilla para poner en marcha su proyecto de negocio (El Economista, 2019, párr.1).

Si bien el emprendimiento en su generalidad nace a raíz de una necesidad identificada, pero también llega a ser producto de algún incentivo, como del que proviene de alguna amistad que te motiva a creer en tus ideales diciéndote que puedes lograrlo, que posees las cualidades necesarias para llevar tu idea a ejecución; asimismo ese incentivo también puede provenir de parte de algún docente de la universidad o instituto, que invita al alumno a seguir innovado en sus ideas a través de la identificación de nuevas oportunidades en el contexto que se encuentra, mostrándole los beneficios que obtendría y dándole a conocer los riesgos y posibles escenarios que se presentarían; todo ello vendría a influenciar en el autoconcepto que posee el estudiante sobre su persona para poder poner en práctica sus ideas de emprendimiento (Escaffi, 2017, p.65).

En la ciudad de Tarapoto en los últimos años se pudo presenciar la apertura de nuevos negocios de diferentes rubros, ya que esta reúne las condiciones adecuadas para llevar a cabo una idea de emprendimiento, asimismo alberga varias casas de estudios superiores, quienes tienen la responsabilidad de formar profesionalmente a los jóvenes con los conocimientos, valores y actitudes idóneas para que afronten el mundo laboral. Según las entrevistas informales realizadas a jóvenes universitarios de la ciudad de Tarapoto, se logró obtener comentarios que muchos de ellos poseen una idea de negocio pero que se dejan llevar por la incertidumbre de los posibles escenarios que podrían enfrentarse, así mismo algunos manifestaron estar dispuestos a emprender un propio negocio pero que aún no han identificado una oportunidad para lanzar un producto o servicio innovador al mercado, así también hubieron jóvenes que ya habían empezado a poner en práctica un proyecto empresarial, pero que desistieron en el camino ante el primer desafío o dificultad que se presentó.

Entonces ante lo mencionado se infiere que esa actitud que presentan los estudiantes universitarios para emprender sus ideas de negocio puede estar relacionada con el autoconcepto que tienen ellos sobre sí mismos, esto da a comprender que los estudiantes no confían plenamente en los conocimientos adquiridos durante su proceso de formación para ponerlo en práctica en la ejecución de un proyecto empresarial, a ello también se sumaría la poca confianza que tienen de sus habilidades adquiridas para establecer relaciones interpersonales que les permita cerrar negocios exitosos para el crecimiento de su emprendimiento, por otro lado estos estudiantes podrían carecer de una estabilidad emocional que les conlleve a afrontar con éxito cualquier obstáculo que pudiera presentarse en el camino, ya que al primer problema presentando empezarían a dudar sobre la continuidad de su emprendimiento, incrementando ello las probabilidades de abandonarlo. Ante la problemática presentada y de continuarse con ello, estaríamos llegando a un posible escenario en que se muestre un estancamiento de la apertura de nuevas empresas, y que ello finalmente influenciaría en el crecimiento económico de esta región.

Formulación del problema

¿Cuál es la relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019?

Hipótesis

(Hi): El autoconcepto se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

(Ho): El autoconcepto no se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019

Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Objetivos específicos

- Identificar los niveles de autoconcepto en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.
- Conocer el estado de la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.
- Establecer la relación de las dimensiones del autoconcepto en las actitudes emprendedoras en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Por otro lado, la investigación se encuentra fundamentada y justificada de diferentes maneras, por ejemplo, de manera teórica, la investigación permitirá que la información que se obtenga de la aplicación de los instrumentos se apoye a los fundamentos de las teorías empleadas para su desarrollo, siendo estas teorías pertenecientes a los autores García & Musitu (2014) para la variable autoconcepto, que además proporciona un cuestionario estandarizado, y la teoría correspondiente al Ministerio de Educación (2015) para la variable actitudes emprendedoras. Por otro lado, en el aspecto práctico, esta investigación ayudará a resolver el problema que se sitúa en torno a las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la ciudad de Tarapoto, para ello al término de la ejecución de esta investigación se estará proporcionado sugerencias que estarán orientados a mejorar el nivel de autoconcepto que poseen los estudiantes de las diferentes casas de estudios superiores. Finalmente, en cuanto a una justificación metodológica, esta investigación permitirá realizar el empleo de un instrumento estandarizado denominado cuestionario de Autoconcepto Forma 5, que permitirá identificar el nivel de autoconcepto que poseen los estudiantes en relación a cada una de las dimensiones que lo conforman.

Dentro de esta investigación se utilizaron dos cuestionarios, uno para cada variable en estudio, lo cual conllevó a alcanzar los objetivos de la investigación. La conclusión principal a la que llegó en el informe fue que el autoconcepto se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019, debido a que en la prueba estadística se halló un p – valor de 0.000, confirmando la existencia de dicho vínculo estadístico.

Finalmente, el presente trabajo de investigación consta de tres capítulos esenciales:

Capitulo I: Revisión bibliográfica: Consistió en una serie de citas o extractos, de acuerdo a cada variable, de tal manera que revelen el estado actual del conocimiento sobre el tema elegido, así mismo respondió a los antecedentes del estudio.

Capitulo II: Material y métodos: En el segundo capítulo material y métodos contiene el material y método entre los que figura tipo y diseño de investigación, población, muestra, técnicas de recolección y análisis de datos.

Capitulo III. Resultados y discusión: Este capítulo contiene el desarrollo de los objetivos, a través del análisis de tablas y figuras estadísticas, para luego discutir de acuerdo a los resultados y antecedentes expuestos a la investigación.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes de la investigación

Se parte este capítulo con la presentación de los antecedentes de investigación, mismos que fueron analizados desde un contexto internacional, pasando a uno nacional y finalmente uno local, de este modo, se tiene lo siguiente:

A nivel internacional

Murillo (2018), en su tesis “*La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*”, (Tesis de licenciatura), Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Como objetivo general se planteó diagnosticar la actitud emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, mediante el análisis del espíritu emprendedor. Este estudio fue descriptivo con un diseño investigativo no experimental, la muestra se encontró determinada por 348 estudiantes, la técnica que permitió el recojo de información fue la encuesta mediante su instrumento el cuestionario. Finalmente, este estudio concluyó que:

“El crecimiento de los países es el resultado de una dinámica empresarial, y que esta dinámica se encuentra marcada por las nuevas compañías que aparecen en el mercado, y que su surgimiento es porque se logró identificar nuevas oportunidades, y que esta percepción de oportunidades depende mucho de los rasgos psicológicos y de la instrucción académica que se recibió”

Bustos (2016), en su tesis “*Estrategias de aprendizaje, actitudes emprendedoras, Autoconcepto, esperanza, satisfacción vital e inclinación al autoempleo: Un modelo explicativo en universitarios peruanos*”, (Tesis doctoral), Universitat De Valencia, España. Como objetivo general es conocer más al estudiante peruano y conocer si se encuentran inclinados a iniciar su propio empleo, sus actitudes de emprendimiento y ver como se relacionan en él variables como el uso de estrategias de aprendizaje, la satisfacción, y su Autoconcepto. Esta investigación presentó un diseño transversal, y como muestra de estudio

se contó con 527 estudiantes, a quienes se les aplicaron cuestionarios. Finalmente, este estudio concluyó que:

“Las actitudes emprendedoras y las dimensiones del Autoconcepto se llegan a relacionar positivamente, con esto se corroboró que el autoconcepto se alinea de manera positiva con otros constructos psicológicos. Asimismo, las actitudes emprendedoras están relacionadas positivamente con la esperanza disposicional, con la satisfacción con la vida, y los indicadores que inclinan hacia el autoempleo”

A nivel nacional

Alarcón (2017), en su tesis “*Relaciones interpersonales y actitud emprendedora en estudiantes de tercero de secundaria, red 10, Callao 2017*”, (Tesis de maestría), Universidad César Vallejo, Perú. Como objetivo general se planteó determinar la relación entre las relaciones interpersonales y la actitud emprendedora de los estudiantes del tercero de secundaria de la red 10, Callao, la investigación se consideró como básica, desarrollándose en el nivel correlacional y presentando un diseño no experimental. Para la muestra de estudio se optó por tomar a 157 estudiantes, empleando como técnica de recolección de datos a la encuesta, con su instrumento el cuestionario. Finalmente, este estudio llegó a concluir que:

“Mediante la aplicación de la prueba estadística Rho de Spearman se llegó a corroborar la existencia de una correlación significativa media y directa de las relaciones interpersonales y la actitud emprendedora, porque se contó con una probabilidad de error del 0% y el coeficiente de correlación obtenida fue de 0.792”

Castillo (2017), en su tesis “*Inteligencia emocional y Autoconcepto en los estudiantes de primer ciclo*”, (Tesis de maestría), Universidad César Vallejo, Perú. Como objetivo general se planteó determinar la relación entre inteligencia emocional y Autoconcepto en los estudiantes de primer ciclo de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Lima 2015-II. La investigación fue considerada como básica, desarrollándose en los niveles descriptivos correlacionales, presentando un diseño no experimental de corte transversal, para la muestra de estudio se optó por tomar a 71 estudiantes, a quienes se les aplicó una encuesta mediante su instrumento el cuestionario. Finalmente, este estudio llegó a concluir que:

“Mediante la aplicación de la prueba estadística Rho de Spearman se llegó a corroborar la existencia de una correlación significativa entre la inteligencia emocional y el

Autoconcepto, porque se contó con una probabilidad de error del 0% y el coeficiente de correlación obtenido fue de 0.442”.

Chuquilín (2017), en su tesis *“Actitud emprendedora en estudiantes del 5°. de secundaria de la Institución Educativa N° 6091 César Vallejo, Chorrillos, 2016”*, (Tesis de licenciatura), Universidad César Vallejo, Perú. Como objetivo general se planteó describir el nivel de actitud emprendedora en estudiantes del 5°. de secundaria de la Institución Educativa N° 6091 César Vallejo, Chorrillos, 2016; la investigación se consideró como básica, desarrollándose en el nivel descriptivo y presentó un diseño no experimental transversal. Como muestra de estudio se optó por tomar a 137 estudiantes, empleando como técnica de recolección de datos a la encuesta, con su instrumento el cuestionario. Finalmente, este estudio llegó a concluir que:

“De los encuestados el 51.1% tuvieron una actitud emprendedora alta, mientras que el 48.9% presentaron una actitud emprendedora moderada, estos resultados vinieron a ser el reflejo de que se presentó un buen nivel en sus dimensiones optimismo, proactividad, persistencia, y creatividad e innovación.

León & Peralta (2016), en su tesis *“Autoconcepto y autocontrol en estudiantes del nivel secundario de Instituciones Privadas de Lima Sur, 2016”*, (Tesis de licenciatura), Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Como objetivo general se planteó determinar si existe relación significativa entre Autoconcepto y autocontrol en estudiantes del nivel secundario de instituciones privadas de Lima Sur, 2016. La investigación fue considerada como cuantitativa, desarrollándose en los niveles descriptivo y correlacional, y presentó un diseño no experimental de corte transversal. La muestra de estudio fue constituida por 320 estudiantes, y para el recojo de datos se empleó un Test de Autoconcepto forma 5, y un cuestionario también de medición escala tipo Likert. Finalmente, este estudio concluyó que:

“En cuanto al Autoconcepto en su dimensión emocional se relaciona significativamente con el auto control de los estudiantes, por lo tanto, mostrarán tener un equilibrio emocional, se mostrarán más sensibles, desarrollarán mejor la capacidad de reconocimiento y control sobre sus propias emociones, respondiendo adecuadamente ante situaciones específicas. Además, se observa que el 25.9% evidencia niveles moderados de autoconcepto, lo que indica que estos estudiantes tienen una percepción adecuada de sí mismos, de sus capacidades, emociones, apariencia física y aceptación social”

A nivel local

Guillen (2019), en su tesis *“Estilos de aprendizaje y actitud emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto, 2018”*, (Tesis de maestría), Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú. Como objetivo general se planteó determinar si existe relación entre los estilos de aprendizaje y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, se desarrolló en el nivel descriptivo y correlacional, y presentó un diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 208 estudiantes, mientras que para el recojo de información se emplearon dos cuestionarios, finalmente se concluyó que:

“Mediante la aplicación de la prueba estadística Rho de Spearman se llegó a corroborar la existencia de una correlación positiva significativa de los estilos de aprendizaje y la actitud emprendedora en los estudiantes universitarios, porque se contó con una probabilidad de error del 0% y el coeficiente de correlación obtenida fue de 0.469.”

Rafael & Meléndez (2019), en su tesis *“Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas de los estudiantes Tarapoto, 2019”*, (Tesis de pre grado), Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú. Como objetivo general se planteó determinar la relación que existe entre la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresa en los estudiantes de las universidades UCP, UAP Y UNSM-Tarapoto, 2019. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, se desarrolló en el nivel correlacional, y presentó un diseño no experimental causal. Para la muestra de estudio se tomó a 131 estudiantes pertenecientes del VIII y IX ciclo de la carrera de administración, se empleó un cuestionario estandarizado de actitudes Entrepreneurial Attitude Orientation (EA0) Scale y un cuestionario adaptado para la capacidad de creación de microempresa. Finalmente, este estudio concluyó que:

“Mediante la aplicación de la prueba estadística Rho de Spearman se llegó a corroborar la existencia de una correlación positiva media de la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresa en los estudiantes universitarios, porque se contó con una probabilidad de error del 0% y el coeficiente de correlación obtenida fue de 0.656.”

1.2. Bases teórica

1.2.1. Autoconcepto

Una vez concluido con los antecedentes, se procedió a la presentación de bases teóricas, con el fin de poder describir y fundamentar la evaluación de cada variable. De este modo, se partió por definir a la variable **Autoconcepto**, que según García & Musitu (2014) es el concepto que la persona posee sobre ella misma en el plano físico, social y espiritual, porque representa a la totalidad de la manera de pensar y sentir de la persona haciendo referencia a sí mismo como un objeto (p.10). Se denomina al autoconcepto como al concepto que tiene el individuo sobre sí mismo, acerca de sus cualidades físicas, psicológicas, intelectuales, afectivas, y sociales, esto viene a ser el resultado de la relación que se establece con el ambiente, de la valorización que uno se hace de sí mismo, del propio comportamiento del individuo, de los resultados obtenidos y en especial de cómo se interioriza la opinión que el resto de individuos tienen sobre uno mismo. Todo ello se irá configurando mediante las sensaciones, las percepciones, los propios pensamientos, los sentimientos y las experiencias que uno va asimilando a lo largo de su vida (Ballenato, 2014, p.103). Por su parte Papalia (1997), citado por Castejón (2016) menciona que el autoconcepto tiene como base al conocimiento que fue generado sobre lo que hemos sido y sobre lo que hemos hecho, ya que su principal función es de servirnos como guía en las decisiones que tomamos sobre lo que queremos ser y lo que queremos hacer, por lo tanto, permitirá que nosotros mismos nos entendamos y nos controlemos mejor para la regularización de nuestra conducta (p.1744).

Shavelson & Bolus (1982) citados por López et al. (2016) quienes definen que el autoconcepto representa a las percepciones que posee una persona sobre sí mismos, y que esto se fue formando a través de la experiencia adquirida, y de la interacción con su entorno, también en ello llega a intervenir los esfuerzos, y los mecanismos de feed-back (retroalimentación) de los individuos y de los mecanismos cognitivos (p.44). Por su parte Peralta & Sánchez (2003) citados por Gálvez (2016), mencionan que el autoconcepto representa al conjunto de conocimientos y actitudes que la persona se llega a adjudicarse sobre ella misma y las características o atributos que uno emplea para describirse, además que esta terminología es considerada como ambigua, aunque muchos llegan a pensar que es lo mismo que la autoestima, lo que sí es que tanto el autoconcepto como el autoestima son considerados como componentes de la percepción de sí mismo de un individuo (p.21).

El autoconcepto posee ciertos componentes y es que, autores como Salvador (1991) citado por Gálvez (2016), lo definen como la asociación de manera organizada de las actitudes que la persona llega a hacer mención para referirse a ella misma, y según Salvador

el constructor de esta variable se encuentra conformada por tres componentes, siendo estos: Componente cognoscitivo (autoimagen): Se considera a los rasgos que la persona llega a percibirse sobre ella misma, y que ello no tiene que ser considerado como objetivo o verdadero, que determinará la forma de ser y de comportarse de la persona; Componente afectivo y evaluativo (autoestima): Determinada por las evaluaciones de las emociones y de los afectos que dirigen hacia la valoración y la percepción que una persona llega a realizarse de sí mismo o de un grupo social que tiene como referencia; Componente Tendencia conductual: Este constructo termina determinando al comportamiento, en donde la persona actuará según sus capacidades, sus cualidades y los valores que llegaron a ser percibidos de ella misma (p.21).

En cuanto a las características se refiere, Gálvez (2016) logro establecer y definir un total de siete características claves del autoconcepto, siendo estos: Organizado: La persona estructura todas sus experiencias en categorías con la finalidad de llegar a organizarlas de manera más simple y otorgarles un significado personal tomando en cuenta todas las características vinculadas a lo personal, familiar y cultural; Multifacético: Las experiencias establecen la aparición de distintos conceptos por cada dimensión que forman parte del autoconcepto, y que estos conceptos son categorizados por cada dimensión, generando diferencias entre ellas, asimismo se hará un autoconcepto general, de este modo las áreas de experiencia que forman parte del autoconcepto general, van a ser muy distintas a las del autoconcepto social o emocional. En cuanto a las áreas de categorización lo puede adoptar un individuo o también se puede compartir por grupos; Jerárquico: Todas las facetas que forman parte del autoconcepto son estructuradas jerárquicamente, quedando en la parte baja las experiencias personales que fueron producto de situaciones particulares, y que son considerados como más específicas, mientras que en la parte alta se sitúa el autoconcepto general; Estable: En si el autoconcepto no tiende a presentar transformaciones muy significativas, pero existe una disminución en la estabilidad de las experiencias y/o situaciones particulares; Experimental: El niño con el pasar de los años va aumentando su edad y por ende mediante la experiencia adquirida termina madurando, y esto llega a involucrar la coordinación y la integración de las partes que constituyen su autoconcepto, y que a su vez se llegan a definir y perfilar mejor; Valorativo: Muy aparte de que la persona llegue a efectuar descripciones sobre ella misma, también llevará a cabo evaluaciones acerca de los escenarios y observaciones, realizando comparaciones con distintos patrones absolutos y relativos; Diferenciable: El autoconcepto también puede llegar a diferenciarse con otros

constructos en el cual mantiene una relación, como por ejemplo el rendimiento académico (p.23).

Respecto a las funciones del autoconcepto, la teoría de Salvador (1991) citado por Gálvez (2016) refiere que el constructo de esta variable, cuenta con varias funciones psicológicas y que conlleva a una determinación de la conducta, estas llegan a ser: Sostiene la consistencia interna, esto significa, que mediante un sistema que se considera unificada y significativa termina posibilitando a la persona para que establezca relaciones coherentes con su entorno, asimismo le permita interpretar las nuevas experiencias; Ofrece pautas para interpretar la experiencia. Este constructo se considera como el marco de referencia para la formulación de distintas interpretaciones a los escenarios o experiencias que vivió la persona, esto significa que se encontraran condicionadas por las percepciones que la persona realice de ellas en relación de su autoconcepto; Ofrece varias oportunidades orientadas a la satisfacción de ciertas necesidades básicas, como son el mantener la autoestima, que está situada por encima de las demás necesidades; Posee una función mediadora con la información que es recibida por la persona, en donde se le atribuye un determinado valor; Condiciona las expectativas del sujeto, ya que si el sujeto lo percibe de forma positiva, terminará esperando resultados positivos y favorables, o de ser todo lo contrario, los resultados que se esperan serán negativos (p. 23).

De igual modo, existen muchas teorías explicativas del autoconcepto, entre ellas se encuentran las: Teorías humanistas, mismas que persiguen el propósito de establecer una caracterización humana que se encuentre estrechamente relacionada con la experiencia humana, estas teorías estiman que la conciencia y el inconsciente forman parte fundamental de un proceso de la persona, en la que terminan por destacar la capacidad creativa de la persona y sus necesidades para el crecimiento personal. Dentro de estas teorías se destacan autores como Carl Roger y Abraham Maslow (Castejón, 2016, p.1704); Teorías del aprendizaje social, estas teorías sostienen que los procesos cognitivos que se consideran muy complejos terminan desempeñando una parte importante dentro del proceso de socialización en el que se incluye el self, en el que se considera que la persona aprenderá seguidamente conductas de mucha complejidad a través de la observación. En esta teoría destaca el autor Bandura (Castejón, 2016, p.1704); Teorías cognoscitivas, estas teorías destacan el procesamiento que otorga la persona a la información que proviene de la realidad, de la manera en cómo son interpretadas los acontecimientos diarios que permite la formulación de

planes de acción para la búsqueda de un significado individual en el mundo, y de esta manera otorgarle un sentido. Dentro de estas teorías destacan autores como Papalia y Kelly (Castejón, 2016, p.1704); Teoría Interaccionista simbólica, esta teoría se enfoca en que es desarrollada a través de la interacción social y que actúa en vinculación con los objetos y las personas. En esta teoría se encuentran tres postulados: El autoconcepto de la persona está enfocada a su percepción de la forma en como otros le respondan. El autoconcepto de la persona actúa conduciendo su conducta. La forma en como la persona percibe las respuestas de otras personas que influye en su conducta y autoconcepto (Castejón, 2016, p.1704).

Terminado el marco teórico de la variable, se procedió con la presentación de las **dimensiones del autoconcepto**, mismas que según García & Musitu (2014) se divide en académico y no académico, incluyendo en este último componente emocionales que es la parte subjetiva e interna de la persona, componentes sociales que viene a ser la conducta que el individuo expresa hacia los demás, y los componentes físicos que inciden principalmente en las actitudes y apariencia general de la persona. A continuación, se describen cada una de esas dimensiones que vienen a formar parte del cuestionario de Autoconcepto Forma 5.

Autoconcepto académico/laboral: García & Musitu (2014) indicaron que hace referencia a la manera de cómo percibe la persona sobre la calidad del desempeño de sus funciones, estos pueden ser como estudiante y como empleado, esta dimensión gira en base a dos ejes, siendo el primer eje todo lo correspondiente al sentimiento que posee el estudiante o trabajador con respecto al rol que desempeña a partir de sus docentes o superiores; mientras que en el segundo eje está referido a las cualidades específicas que se valoran principalmente en dicho contexto, estos pueden ser la inteligencia, el estima, y ser un buen empleado o estudiantes (p.17).

Autoconcepto social: García & Musitu (2014) mencionan que esta dimensión hace referencia a la percepción que tiene la persona sobre su desempeño en las relaciones con la sociedad, acá existen dos ejes que la definen, el primero se refiere a la red social de la persona y sobre su facilidad o dificultad para poder mantenerla y/o ampliarla, mientras que el segundo eje hace referencia a ciertas cualidades primordiales en las relaciones interpersonales (p.17).

Autoconcepto emocional: García & Musitu (2014) indicaron que esta dimensión hace referencia a la percepción que posee una persona sobre sus estados emocionales y las

respuestas que se generan a ciertas situaciones específicas, tomando en cuenta cierto nivel de compromiso e implicancia en su vida diaria, esta dimensión es desarrollada en base a dos ejes, la primera está referido la percepción general del estado emocional de la persona, estos son como que si se asusta o se pone nervioso con facilidad. En cuanto el segundo eje trata sobre situaciones más específicas como cuando le preguntan o le hablan al individuo, y la otra persona implicada llega a ocupar un rango superior, como por ejemplo un docente o un gerente) (p.18).

Autoconcepto familiar: García & Musitu (2014) mencionan que esta dimensión hace referencia a la percepción que posee una persona sobre su implicación, participación e integración dentro del entorno familiar; esta dimensión se encuentra desarrollado por medio de dos ejes, el primero está referido específicamente sobre los padres en relación al nivel de confianza y afecto, mientras que el segundo eje está referido a la familia y el hogar, evaluando esto de que si la persona se siente feliz, apoyada, o decepcionada y muy criticada (p.18).

Autoconcepto físico: García & Musitu (2014) indican que esta dimensión hace referencia a la percepción que posee una persona sobre su aspecto y condición física, en el cual gira en base a dos ejes, siendo el primer eje a que el individuo practica algún deporte en su vertiendo social, como es que, si los demás lo buscan para practicar, o que si cree que es bueno en alguna disciplina deportiva. En cuanto el segundo eje está enfocada al aspecto físico de la persona, es decir que, si es atractiva, es elegante y les gusta a las demás personas (p.19).

1.2.1. Actitud emprendedora

Ahora bien, la segunda variable evaluada fue la **Actitud emprendedora**, misma que, según el Ministerio de Educación (2015) menciona que no existe un buen o mal momento para llevar a cabo un proyecto de emprendimiento, ya que eso sería equivalente a mencionar si existe un día adecuado o no para aprender a caminar; una persona que emprende es porque se aventó cuando identificó una oportunidad de hacer negocio o empresa, y que además está consciente de las caídas que sufrirá pero que es parte de su proceso de aprendizaje (p.14). En los últimos años se ha dialogado y difundidos el tema emprendedorismo por los diversos medios empresariales, académicos y del estado, con el propósito de llegar a promover iniciativas empresariales, que permitan desarrollar en las personas actitudes emprendedoras para la apertura de nuevos negocios que son considerados como fuente generadora de empleo

y motor del desarrollo económico de una nación. El emprendedorismo siempre fue atractivo para los investigadores en el campo de las ciencias sociales, porque cumple un rol fundamental en el comportamiento económico de un país, ya que, dentro de la ardua labor del empresario, es de suma importancia realizar un estudio minucioso de las actividades emprendedoras que son empleadas en el momento de que se crea, se da inicio y se desarrolla un proyecto empresarial (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2015, p.6).

Una persona emprendedora, es aquella que desea trabajar para ella misma, porque busca ser independiente económicamente, generando su propia fuente de ingresos, a través de la creación de su propio negocio. Pero estas personas que deciden enrumbarse en el camino del emprendedorismo están conscientes de que es un camino complicado, extenso y que genera muchos panoramas inciertos, sin embargo, eso no los detiene y siguen adelante. Existe múltiples razones por lo cual una persona decide emprender un negocio, siendo estas por ejemplo de que posee el sueño de ser empresario, otro sería que no le parece atractivo trabajar para alguien más, o que ya tiene experiencia trabajando para una empresa y decide ahora aplicarlo en un proyecto empresarial propio; las razones o la motivación que llevó a la persona a emprender no tiene tanta importancia, sino lo que importa es que si tenga claro los riesgos y los desafíos que afrontará (Benavente, 2014, p.6). Mientras tanto la Real Academia Española (2001) citado por Messina (2014) menciona que la palabra emprendedor, es un adjetivo que se lo otorga a las personas o entidades que realizan acciones nuevas de naturaleza dificultosa y arriesgada, en cuanto al empresario lo denomina como una persona que es el titular, dueño o directivo de una empresa, negocio o industria (p.14).

En cuanto al perfil del emprendedor, Bóveda, Oviedo, & Yakusik (2015) menciona que son considerados como el conjunto de rasgos que caracterizan a un emprendedor, que en esos rasgos se incluyen los conocimientos, los valores, las actitudes y las aptitudes, aunque lo mencionado no establece el comportamiento de un emprendedor, sin embargo, la voluntad y la perseverancia determinarán el desarrollo de las competencias emprendedoras, por eso es fundamental que se diferencie los siguientes términos: Aptitud: representa al conocimiento y al grado de experiencia de la persona emprendedora, el cual le permite el desarrollo de ciertas actividades, acá se considera el grado de educación adquirida, el vínculo familiar, los trabajos realizados con anterioridad, entre otros; Actitud: representa al nivel de motivación y experiencia de la persona emprendedora, que le impulsa y/o permite desarrollar ciertas actividades, en este caso menciona el comportamiento del individuo (p.24).

Existen además barreras del emprendimiento, y Bóveda, Oviedo, & Yakusik (2015) mencionan que también son denominadas como barreras de entrada, que es un término que se emplea muy seguido en los negocios, el cual hace referencia a los obstáculos que limitan el ingreso a un determinado mercado. Entorno a este tema se generan diversas opiniones que se debate continuamente entre los emprendedores, líderes de opinión, del cual se tuvo como resultado diferentes conclusiones y análisis. Pero lo que están llamados a establecer las barreras de entrada son los mismos emprendedores, porque ellos ya recorrieron el camino, ya tienen experiencia, adquirieron los conocimientos adecuados, y como abordaron todo ello para lograr el éxito que tanto anhelaban. A continuación, se presentan esas barreras:

Financiamiento: Representa a la inversión inicial y al capital de trabajo que son empleados para llenar los flujos de caja negativos que ocurren al inicio de un periodo, esto representa una de las trabajas con mayor dificultad de superar para los emprendedores (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.27).

Desconocimiento del sector: En este punto están incluidas las innovaciones que se desarrollan en el mercado, apariciones de nuevos gustos o preferencias, todos ellos resultan ser difíciles de reconocer para los emprendedores (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.27).

Carencia de complementariedad del equipo de trabajo: Casi siempre los equipos de emprendedores son creados en el lugar de estudio o en el trabajo, y que los integrantes de estos grupos poseen un amplio conocimiento técnico, pero que carecen de conocimientos en la parte comercial (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.27).

Llegar a subestimar a la competencia: No es una excelente idea competir con empresas de grandes capitales, sin embargo, el emprendedor puede llegar a crear una diferencia mediante el otorgamiento de servicios adicionales, pero para ello se debe de evaluar que exista una demanda insatisfecha, valorada y eficiente (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.28).

Existen limitantes en el aprovisionamiento: Se presentan dificultades para acceder a los insumos y materia prima, ya que mucho de ellos no se obtienen fácilmente, porque deben de ser importados, se debe de contar con los permisos correspondientes y tramitar ello demanda de mucho tiempo y dinero (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.28).

Se presentan dificultades logísticas: El aspecto logístico es de suma importancia en las empresas incluso llega a superar al precio y la calidad, ya que dentro de esto se pueden presentar dificultades como son los fenómenos ambientales, rutas de difícil acceso, conflictos sociales, bloqueos de importantes rutas, problemas de desabastecimiento, todo ello genera

una alteración de los precios y se crea la posibilidad de la paralización de los proyectos (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.28).

Barreras legales: Algunas excelentes ideas que llegan a surgir ya fueron patentadas por otras personas, lo que hace que se complique su implementación o producción (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.28).

Nivel bajo de ventas: Hay evidencia de que se crearon proyectos técnicamente perfectos, pero que se presentaron dificultades en la comercialización (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.29).

Cobranzas poco eficientes: muchos emprendedores otorgan créditos a sus clientes con la finalidad de poder vender más, pero el problema se genera en el momento que se realice las cobranzas de ello, puesto que algunos clientes presentan retrasos en los periodos de pago, o la deuda pendiente jamás se recupera (Bóveda, Oviedo, & Yakusik. 2015, p.27).

Terminada la definición y caracterización de la variable, se procede a establecer las **dimensiones de la actitud emprendedora**, mismas que según el Ministerio de Educación (2015) menciona que el camino para convertirse en emprendedor resulta ser fascinante y enriquecedor, porque habrá caídas y uno se tiene que levantarse para continuar con su idea o plan, ya que no solo basta con tener una excelente idea, contar con recursos suficientes, y tener mucho entusiasmo, sino que va a ser necesario que el individuo desarrolle una fuerte determinación y autoconfianza, estar dispuesto a realizar sacrificios y tener la capacidad de auto motivarse a diario. A continuación, se presentan las dimensiones que corresponde a las actitudes emprendedoras.

Autoconfianza: El Ministerio de Educación (2015) incide que las personas que poseen autoconfianza, han desarrollado tener una seguridad sobre sus habilidades y capacidades; que les permite actuar de manera autónoma y contar con una expectativa realista acerca de lo que pueden llegar a conseguir. La autoconfianza es formada a lo largo de la vida de la persona, y que viene a ser fruto de las valorizaciones e interpretaciones que el individuo realizó sobre todas sus experiencias (p.15).

Creatividad e innovación: El Ministerio de Educación (2015) señala que se denomina a una persona como creativa cuando esta posee curiosidad, inquietud, o buscan siempre estar generando cambios a un objeto o situación, porque la persona que es creativa va a mirar las cosas o el panorama de una forma muy diferente, ya que donde otro individuo piensa que

nada se puede hacer y todo está perdido, en cambio el creativo va a reconocer las posibilidades y así planteará soluciones con total facilidad al problema (p.16).

Tener visión de futuro (metas): El Ministerio de Educación (2015) indica que una persona emprendedora será quien se fije metas y realice planes para luego buscar la manera de concretarlos, las acciones que tome en la actualidad siempre lo hará pensando en el escenario que desea crear en el futuro. Una persona emprendedora siempre está pensando en que si no se tiene un sueño, si no se persigue lograr una meta, jamás se podrá llegar a progresar, y que la capacidad de decidirse se encuentra en uno mismo y ello te va a permitir proyectarse hacia un futuro (p.16).

Perseverancia: El Ministerio de Educación (2015) señala que los emprendedores son personas que siempre están perseverando, porque demuestran tener constancia en sus ideas, sus actos cuando quieren alcanzar un propósito, surfeando las dificultades que se llegan a presentar, lo que genera un esfuerzo continuo. Para un excelente emprendedor es de suma importancia la perseverancia, ya que ello le permite obtener los resultados que se trazó en un inicio (p.17).

Trabajo en equipo: El Ministerio de Educación (2015) implica que un grupo de personas estén laborando coordinadamente en la ejecución de un determinado proyecto, que para su adecuada implementación se necesita que entre todos los miembros de un grupo se designe las respectivas responsabilidades, y que estas personas lleguen a asumir sus respectivos compromisos para el desarrollo de las actividades y roles que estén direccionados a la obtención de un objetivo en común (p.17).

1.3. Definición de términos básicos

Actitud

Representa al nivel de motivación y experiencia de la persona emprendedora, que le impulsa y/o permite desarrollar ciertas actividades, en este caso menciona el comportamiento del individuo (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, p.24).

Aptitud

Representa al conocimiento y al grado de experiencia de la persona emprendedora, el cual le permite el desarrollo de ciertas actividades, acá se considera el grado de educación

adquirida, el vínculo familiar, los trabajos realizados con anterioridad, entre otros (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015, p.24).

Autoconcepto

Se denomina al autoconcepto como al concepto que tiene el individuo sobre sí mismo, acerca de sus cualidades físicas, psicológicas, intelectuales, afectivas, y sociales, esto viene a ser el resultado de la relación que se establece con el ambiente, de la valorización que uno se hace de sí mismo, del propio comportamiento del individuo, de los resultados obtenidos y en especial de cómo se interioriza la opinión que el resto de individuos tienen sobre uno mismo (Ballenato, 2014, p.103).

Autoconfianza

Las personas que poseen autoconfianza, han desarrollado tener una seguridad sobre sus habilidades y capacidades; que les permite actuar de manera autónoma y contar con una expectativa realista acerca de lo que pueden llegar a conseguir (MINEDU, 2015, p.15).

Autoestima

Salvador (1991) menciona que la autoestima está determinada por las evaluaciones de las emociones y de los afectos que dirigen hacia la valoración y la percepción que una persona llega a realizarse de sí mismo o de un grupo social que lo ha tomado como referencia (citado por Gálvez, 2016, p. 21).

Autoimagen

Salvador (1991) menciona que se considera a los rasgos que la persona llega a percibirse sobre ella misma, y que ello no tiene que ser considerado como objetivo o verdadero, que determinará la forma de ser y de comportarse de la persona (Citado por Gálvez, 2016, p.21).

Creativo

Se denomina a una persona como creativa cuando esta posee curiosidad, inquietud, o buscan siempre estar generando cambios a un objeto o situación, porque la persona que es creativa va a mirar las cosas o el panorama de una forma muy diferente, ya que donde otro individuo piensa que nada se puede hacer y todo está perdido, en cambio el creativo va a reconocer las posibilidades y así planteará soluciones con total facilidad al problema (MINEDU, 2015, p.16).

Emprendedor

Una persona emprendedora, es aquella que desea trabajar para ella misma, porque busca ser independiente económicamente, generando su propia fuente de ingresos, a través de la creación de su propio negocio. Pero estas personas que deciden enrumbarse en el camino del emprendedorismo están conscientes de que es un camino complicado, extenso y que genera muchos panoramas inciertos, sin embargo, eso no los detiene y siguen adelante (Benavente, 2014, p.6).

Emprendedorismo

El emprendedorismo siempre fue atractivo para los investigadores en el campo de las ciencias sociales, porque cumple un rol fundamental en el comportamiento económico de un país, ya que, dentro de la ardua labor del empresario, es de suma importancia realizar un estudio minucioso de las actividades emprendedoras que son empleadas en el momento de que se crea, se da inicio y se desarrolla un proyecto empresarial (Bóveda, Oviedo & Yakusik, 2015, p.6).

Perseverancia

El Ministerio de Educación (2015) señala que los emprendedores son personas que siempre están perseverando, porque demuestran tener constancia en sus ideas, sus actos cuando quieren alcanzar un propósito, surfeando las dificultades que se llegan a presentar, lo que genera un esfuerzo continuo. (Ministerio de Educación, 2015, p.17).

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y nivel de investigación

2.1.1. Tipo de investigación:

Esta investigación es considerada como aplicada, porque se hizo uso de los conocimientos adquiridos para brindar alternativas de solución al problema suscitado. Por su parte Díaz (2009) menciona que los estudios aplicados son aquellos en donde se emplean los conocimientos básicos para brindar solución a problemas concretos (p.44). Por su parte Sánchez & Reyes (2015) mencionan que los estudios aplicados buscan otorgar utilidad a las teorías establecidas, mediante su aplicación en un determinado contexto (p.37).

2.1.2. Nivel de investigación:

Los niveles en el que se desarrollaron esta investigación fueron el descriptivo y correlacional, porque primero se buscó realizar una evaluación y análisis de cada variable estudiada, para que finalmente encontrar si existe una relación significativa entre estas (autoconcepto y la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios).

De lo anterior se establece que, los estudios que son desarrollados a niveles descriptivos buscan la especificación de propiedades, características, y perfiles de un grupo de individuos, sucesos, objetos materiales, documentos, entre otros (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.92). Por su parte Morán & Alvarado (2010) mencionan que los estudios correlacionales cumplen con la finalidad de establecer grados de relación, asociación y comparación entre dos a más variables (p.8).

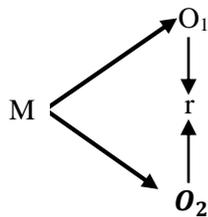
2.2. Diseño de investigación

No experimental de corte transversal:

El diseño de esta investigación fue no experimental de corte transversal, debido a que solo se realizó un análisis del comportamiento de cada variable en el contexto en el que se desarrollan, y luego se estableció una relación entre ellas, sin recurrir al empleo de estímulos a la muestra de estudio que terminen alterando la naturaleza de las variables.

Los estudios no experimentales son aquellos en donde el investigador observa los hechos tal y como suceden dentro de un contexto específico y tiempo establecido, para luego proceder a analizarlos (Palella & Martins, 2012, p.87). Mientras que los diseños trasversales son aquellas investigaciones en donde se recoge información que proporciona la muestra de estudio por única vez en el tiempo (Bernal, 2010, p.118).

El esquema del presente diseño de investigación es el siguiente:



Dónde:

M = estudiantes universitarios

O₁ = Autoconcepto

O₂ = Actitudes emprendedoras

r = Relación

2.3. Población y muestra

Población:

La población de estudio estuvo conformada por 6,020 estudiantes universitarios de la ciudad de Tarapoto, durante el periodo 2019, dicha información se encontró en la página del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Muestra:

La muestra se calculó mediante un muestreo probabilístico, en el cual se hizo empleo de una fórmula estadística para marco muestral conocido.

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

Donde:

N :	Población	=	6020
Z :	Nivel de confianza	=	2.58
p :	Probabilidad de Ocurrencia	=	0.50
q :	Constante	=	0.50
E :	Error Máximo	=	10.00
n :	Muestra	=	161

Reemplazando se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2(500)(0.5)(0.5)}{(0.10)^2(500 - 1) + (2.58)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n=161 \text{ universitarios}$$

Entonces, la muestra de estudio se encontró conformada por 161 universitarios en el periodo 2019.

Criterios de selección:

- _ Criterios de inclusión: Universitarios que han puesto en marcha un plan de negocios o tienen en mente hacerlo.
- _ Criterios de exclusión: Universitarios que sólo buscan conseguir un trabajo estable y aquellos matriculados que no se encuentren activos.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se consideran como técnicas al conjunto de procedimientos que estarán alineados a un patrón que permitirán cumplir con los objetivos y propósitos de una investigación, y además estas técnicas contienen sus respectivos instrumentos que registrarán la información que es proporcionada por una muestra de estudio (Carrasco, 2018, p. 274). A continuación, se muestra una tabla en donde se especifican las técnicas, los instrumentos, los alcances y las fuentes informantes:

TECNICA	ALCANCES	FUENTES /INFORMANTES
Encuesta.	Este instrumento será empleado para medir las variables autoconcepto y actitudes emprendedoras, teniendo como contexto las universidades de la ciudad de Tarapoto.	Estudiantes universitarios

2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se harán uso de sistemas estadísticos para procesar la información que será recogida de los instrumentos aplicados, estos son el Software de tabulación Excel, en el cual se podrá agrupar la información en tablas de frecuencias y porcentajes. A demás de ello, para evaluar la parte inferencial se empleó el programa estadístico SPSS V.25, siendo que al tener instrumentos con escala ordinal y la misma cantidad de dimensiones en ambas variables se utilizó el coeficiente de correlacional de Tau b de Kendall.

2.6. Material y métodos

Material

Como materiales se empleó a una computadora portátil de la marca Lenovo, misma que contaba ya con los programas Excel y SPSS, por otra parte, también se contó con una impresora Canon multifuncional, dispositivos USB con una capacidad mínima de 8 gb, y artículos de oficina como son papel bond A4, lapiceros, lápices, folder manilo, engrapadora, perforadora, entre otros.

Métodos

El método empleado fue el inductivo, porque primero se realizó el análisis de los eventos presentados, y de acuerdo a ello se logró formular las respectivas conclusiones. Estos métodos están diseñados para proceder con la formulación de las hipótesis investigativas, realizar demostraciones, y dentro de ello se encuentran estudios de niveles descriptivos, correlacionales, así también los que presenten orientaciones etnográficas y problemas de acción (Valderrama, 2015, p. 45).

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

3.1.1. Niveles de autoconcepto en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

A efectos de poder cumplir con este objetivo, se procedió con el análisis de cada una de las dimensiones de la variable autoconcepto, para posteriormente continuar con el análisis de un consolidado de la variable. Es así que, los datos se presentan a continuación:

Según la tabla 1, el 68% de los universitarios de la ciudad de Tarapoto presentan un nivel de autoconcepto acerca del ámbito académico y laboral bajo, mientras que solo un 32% de estos tiene un nivel de autoconcepto medio. Esto se traduce en una enorme deficiencia y carencia en cuanto a cómo perciben su desempeño y la práctica de valores.

Tabla 1

Autoconcepto académico/laboral en universitarios de la ciudad de Tarapoto

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	110	68%
Medio	15 -23	51	32%
Alto	24 - 30	0	0%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre autoconcepto aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

En cuanto a la tabla 2, es posible apreciar que en cuanto al autoconcepto social, el 76% de estudiantes posee un nivel bajo, en tanto que la diferencia (24%) lo califica como medio. Esto se debe a que gran parte de los estudiantes, perciben que carecen de adecuadas relaciones interpersonales.

Tabla 2*Autoconcepto social en universitarios de la ciudad de Tarapoto*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	122	76%
Medio	15 -23	39	24%
Alto	24 - 30	0	0%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre autoconcepto aplicados a estudiantes universitarios (Elaboración propia)

En la tabla 3, se evidencia que un 69% de universitarios posee un bajo nivel de autoconcepto emocional, un 30% cuenta con un nivel medio, y solo un 1% cuenta con un nivel alto. Esto indica que gran parte de los universitarios son susceptibles a los comentarios que terceros les puedan hacer, afectando así a su estado emocional.

Tabla 3*Autoconcepto emocional en universitarios de la ciudad de Tarapoto*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	111	69%
Medio	15 -23	48	30%
Alto	24 - 30	2	1%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre autoconcepto aplicados a estudiantes universitarios (Elaboración propia)

En cuanto al aspecto familiar, el 60% de universitarios presenta un autoconcepto bajo, un 24% medio y solo el 16% alto. Esto se debe a que existe una mayoría que manifiesta no contar con mucha ayuda de sus padres.

Tabla 4*Autoconcepto familiar en universitarios de la ciudad de Tarapoto*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	97	60%
Medio	15 -23	38	24%
Alto	24 - 30	26	16%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre autoconcepto aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

Finalmente, en cuanto a la tabla 5, se aprecia que el 64% de universitarios cuenta con un autoconcepto físico bajo, un 20% medio y solo un 16% alto. Esto evidenciaría que existen universitarios que no se encuentran conformes con su apariencia física.

Tabla 5*Autoconcepto físico en universitarios de la ciudad de Tarapoto*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	103	64%
Medio	15 -23	32	20%
Alto	24 - 30	26	16%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre autoconcepto aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

Consolidado de la variable autoconcepto

De manera general, el autoconcepto de un 61% de los universitarios es bajo, en un 30% es medio y solo en el 9% restante se evidencia un autoconcepto alto. Es así que se evidencia que la percepción y concepto que se tienen de sí mismos, debe de mejorarse siendo quizás los más deficientes a trabajar, el autoconcepto respecto al ámbito académico y laboral, así como el social y emocional.

Tabla 6*Autoconcepto en universitarios de la ciudad de Tarapoto*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	30 – 70	98	61%
Medio	71 – 111	49	30%
Alto	112 - 150	14	9%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre autoconcepto aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

3.1.2. Estado de la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Para cumplir con este objetivo, se presenta a continuación los resultados de cada una de sus dimensiones, para finalmente terminar en un consolidado de la variable:

Un 65% de universitarios presenta un bajo nivel de autoconfianza, otros 20% tienen un nivel medio y un 15% cuenta con un nivel alto. Esto se debe a que gran parte de los universitarios, presentan inseguridad respecto a las habilidades y capacidades con las que cuentan, así como que, son pocos los que actúan de manera autónoma.

Tabla 7*Autoconfianza en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	105	65%
Medio	15 -23	32	20%
Alto	24 - 30	24	15%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre actitud emprendedora aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

En cuanto a la creatividad e innovación, un 65% de encuestados presenta un nivel bajo, un 20% tiene un nivel medio y solo un 15% tiene un nivel alto, con lo que se establece que una gran cantidad de universitarios son conformistas y no buscan generar nuevos cambios, además de que, son pocos los que son capaces de identificar problemas.

Tabla 8*Creatividad e innovación en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	105	65%
Medio	15 -23	32	20%
Alto	24 - 30	24	15%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre actitud emprendedora aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

Respecto a tener visión del futuro, un 64% presenta esta actitud de manera baja, un 20% de manera media y solo el 16% restante lo presenta de manera alta. Esto se traduce en que, son pocos los que tienen la capacidad como para identificar oportunidades, así como el de evaluar los riesgos y encontrarse en la búsqueda continua de nuevos riesgos.

Tabla 9*Tener visión de futuro en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	103	64%
Medio	15 -23	33	20%
Alto	24 - 30	25	16%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre actitud emprendedora aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

En cuanto a la perseverancia, un 64% de universitarios tiene un nivel bajo de esta actitud, un 24% medio y solo un 12% lo tiene en nivel alto. Esto evidencia que la mayoría no son constantes con sus ideas, y presentan dificultades para combatir problemas.

Tabla 10

Perseverancia en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	103	64%
Medio	15 -23	38	24%
Alto	24 - 30	20	12%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre actitud emprendedora aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

Finalmente, un 65% de universitarios presenta un bajo nivel de trabajo en equipo, un 20% presenta un nivel medio, y el 15% restante presenta un nivel alto. Estos datos evidencian que la gran mayoría de universitarios, no son capaces de delegar tareas, tienen complicaciones para brindar siempre un buen trato, así como para poder escuchar a los demás.

Tabla 11

Trabajo en equipo en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	6 – 14	105	65%
Medio	15 -23	32	20%
Alto	24 - 30	24	15%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre actitud emprendedora aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

Consolidado de la variable actitudes emprendedoras

Una vez analizada las dimensiones, se establece que las actitudes emprendedoras de un 65% de universitarios es bajo, seguido de un 20% en los que este es medio y solo un 15% presenta un nivel alto. Estos resultados evidencian una clara deficiencia en todas las dimensiones, mismas que deben de ser resueltas con urgencia.

Tabla 12*Actitudes emprendedoras en universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019*

Nivel	Rangos	f	%
Bajo	30 – 70	105	65%
Medio	71 – 111	32	20%
Alto	112 - 150	24	15%
Total		161	100%

Fuente. Procesamiento de cuestionarios sobre actitud emprendedora aplicados a estudiantes universitarios. (Elaboración propia)

Relación de las dimensiones del autoconcepto en las actitudes emprendedoras en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Una vez realizado el análisis de cada una de las variables, así como de sus respectivas dimensiones, se procede a establecer la relación de cada una de las dimensiones del autoconcepto sobre las actitudes emprendedoras, para ello, y debido a que ambas variables son ordinales, se empleó la prueba Tau-b de Kendall para el desarrollo de las relaciones, teniendo de este modo los siguientes resultados:

Según el resultado de la tabla 13, se establece que existe una relación significativa entre el autoconcepto académico/laboral y la autoconfianza de los universitarios, además, dicha relación se encuentra dentro del parámetro positivo (directo) medio, debido a contar con un coeficiente de correlación de 0,505, lo que se traduce en que, debido a la presencia de una baja percepción del desempeño y valores, conlleva a que el universitario, carezca de la suficiente seguridad sobre sus propias habilidad y capacidades, e impida que se desarrolle y actúe de manera autónoma.

Tabla 13*Relación entre el autoconcepto académico/laboral y la autoconfianza*

		Autoconcepto académico/laboral	Autoconfianza
Tau_b de Kendall	Autoconcepto académico/laboral	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,505**
		N	161
	Autoconfianza	Coefficiente de correlación	,505**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	161

** . La correlación es significativa si el p - valor (sig. bilateral) < 0.050

Fuente. Procesamiento de datos en SPSS versión 25

Según la tabla 14, se establece que existe una relación significativa entre el autoconcepto social y la creatividad e innovación de los universitarios, siendo que, dicha relación se encuentra dentro del parámetro positivo (directo) medio, debido a contar con un coeficiente de correlación de 0,463, misma que quiere decir que, al contar los universitarios con una percepción predominantemente baja acerca de sus relaciones interpersonales, así como su participación en las redes sociales, termina por disminuir su capacidad de buscar y generar nuevos cambios, así como de poder identificar problemas que a otros les dificultaría identificar.

Tabla 14

Relación entre el autoconcepto social y la creatividad e innovación

		Autoconcepto social	Creatividad e innovación
Tau_b de Kendall	Autoconcepto social	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,463**
		N	. / 161
Creatividad e innovación		Coeficiente de correlación	,463**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	. / 161

** . La correlación es significativa si el p - valor (sig. bilateral) < 0.050

Fuente. Procesamiento de datos en SPSS versión 25

Según se evidencia en la tabla 15, existe una relación significativa a nivel de 0,000 entre el autoconcepto emocional y el tener una visión de futuro, además, dicha relación es positiva media, esto según el coeficiente de correlación de 0,531, con el que se establece que, como resultado de contar con un bajo nivel de autoconcepto emocional (problemas con el estado emocional y susceptibilidad de los comentarios), el universitario carece de las posibilidades de poder evaluar oportunidades, identificar riesgos y generar nuevos proyectos.

Tabla 15*Relación entre el autoconcepto emocional y el tener visión de futuro*

		Autoconcepto emocional	Tener visión de futuro
Tau_b de Kendall	Autoconcepto emocional	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,531**
		N	161
	Tener visión de futuro	Coeficiente de correlación	,531**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	161

** . La correlación es significativa si el p - valor (sig. bilateral) < 0.050

Fuente. Procesamiento de datos en SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 16, el autoconcepto familiar y la perseverancia guardan una relación significativa y positiva media a nivel de un valor sig. (bilateral) de 0,000 y un coeficiente de correlación de 0,540, con lo que se establece que, los universitarios con bajos niveles de autoconcepto familiar, son los que tienen bajos niveles de perseverancia, pues, al sentir poco apoyo y ayuda de sus padres y familiares, pierden el rumbo y dejan de ser constantes en sus ideas y proyectos, se imposibilitan de poder enfrentar problemas y son poco capaces de auto motivarse.

Tabla 16*Relación entre el autoconcepto familiar y la perseverancia*

		Autoconcepto familiar	Perseverancia
Tau_b de Kendall	Autoconcepto familiar	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,540**
		N	161
	Perseverancia	Coeficiente de correlación	,540**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	161

** . La correlación es significativa si el p - valor (sig. bilateral) < 0.050

Fuente. Procesamiento de datos en SPSS versión 25

Finalmente, en la tabla 17 se puede evidenciar que el autoconcepto físico guarda una relación significativa, positiva y media con el trabajo en equipo, pues, se obtuvo un valor de sig. (bilateral) de 0,000 y un coeficiente de 0,513, con lo que se establece que, el desagrado y descontento de los universitarios por su apariencia física, puede ser causal para entorpecer las actividades de trabajo en equipo, como el de brindar un trato adecuado o bien escuchar lo que tengan que decir los demás.

Tabla 17*Relación entre el autoconcepto físico y el trabajo en equipo*

		Autoconcepto físico	Trabajo en equipo
Tau_b de Kendall	Autoconcepto físico	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,513**
		N	161
Trabajo en equipo		Coefficiente de correlación	,513**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	.

** . La correlación es significativa si el p - valor (sig. bilateral) < 0.050

Fuente. Procesamiento de datos en SPSS versión 25

Contrastación de la hipótesis

Objetivo general: Relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Hi: El autoconcepto se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Ho: El autoconcepto no se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

Tabla 18

Relación entre el autoconcepto y las actitudes emprendedoras

		Autoconcepto	Actitudes emprendedoras
Tau_b de Kendall	Autoconcepto	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,518**
		N	161
Actitudes emprendedoras	Autoconcepto	Coefficiente de correlación	,518**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	161

** . La correlación es significativa si el p - valor (sig. bilateral) < 0.050

Fuente. Procesamiento de datos en SPSS versión 25

Criterio de decisión: Si el Sig. (bilateral) es menor a 0.050 se afirma la existencia de una relación significativa; caso contrario (sig. bilateral > a 0.050) se rechaza dicha afirmación.

Luego de haber evaluado las relaciones entre dimensiones, se puede evidenciar en la tabla 18 que, existe suficiente prueba estadística para aceptar que el autoconcepto guarda una relación significativa y positiva media con las actitudes emprendedoras, esto como resultado de haber obtenido un valor “r” o coeficiente de correlación de 0,518. Además, y gracias a que el valor de significancia de 0,000 es menor al margen de error 0,05, se establece que la hipótesis de investigación que ha sido formulada es correcta. Es así que, todos los problemas que se presentan en el autoconcepto, guardan estrecha relación con el desarrollo de actitudes emprendedoras en los universitarios de la ciudad de Tarapoto.

Lo anterior permitió aceptar la Hi, donde se afirmó que: El autoconcepto se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.

3.2. Discusión

El autoconcepto según autores como García & Musitu (2014) es la propia definición y conceptualización que tiene el individuo sobre sí mismo, acerca de sus cualidades físicas, psicológicas, intelectuales, afectivas, y sociales, esto viene a ser el resultado de la relación que se establece con el ambiente, de la valorización que uno se hace de sí mismo, del propio comportamiento del individuo, de los resultados obtenidos y en especial de cómo se interioriza la opinión que el resto de individuos tienen sobre uno mismo. A partir de esta premisa, y muchas otras semejantes es que se buscó responder al primer objetivo específico, mismo que buscó identificar los niveles de autoconcepto en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019, para esto, se realizó y aplicó un cuestionario con el que, fue posible llegar a establecer que un 61% de los universitarios presentan un autoconcepto bajo, como resultado de presentar deficiencias en cada una de las dimensiones evaluadas, y en especial, en el autoconcepto respecto al ámbito académico y laboral, así como el social y emocional. Este resultado discrepa con el encontrado por investigadores como León & Peralta (2016) debido a que dentro de sus resultados encontraron que los estudiantes cuentan con una percepción de sus capacidades, emociones, apariencia física entre otros, de manera positiva, siendo una minoría tal y como se observó en el presente trabajo.

Según lo establece el Ministerio de Educación (2015) la actitud emprendedora podría definirse como la postura que toma la persona respecto a emprender, y con ello, se buscó responder al segundo objetivo específico, mismo en el que se trataba de conocer el estado de la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019. Para ello, se aplicó un cuestionario a los universitarios, con lo que fue posible establecer que un 65% de los estudiantes presenta un bajo nivel de actitudes emprendedoras, constituyéndose así un problema, debido a los diferentes problemas encontrados, entre ellos, bajos niveles de autoconfianza, creatividad e innovación y perseverancia. Lo anterior discrepa con lo identificado por Chuquilín (2017) quien encontró en su estudio que el 51.1% tuvieron una actitud emprendedora alta, esto debido a que se presentó un buen nivel en sus dimensiones optimismo, proactividad, persistencia, y creatividad e

innovación. Este último estudio puede fundamentar, más aspectos que le falta a los universitarios analizados en el presente informe para tener una mejor actitud emprendedora.

Cómo tercer objetivo específico, se tiene el establecer la relación de las dimensiones del autoconcepto en las actitudes emprendedoras en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019, para lo cual, se procedió a establecer las relaciones en pares de las 5 dimensiones de la variable 1 con las 5 dimensiones de la variable, todo ello usando el software SPSS en el cual se aplicó la prueba Tau-b de Kendall. Gracias a ello se logró establecer que en todos y cada uno de los casos, las dimensiones guardan relación entre sí, sin embargo, las que mayor relación han experimentado, fueron las de autoconcepto familiar con la perseverancia (con un coeficiente de correlación de 0,540) y el autoconcepto emocional con el tener una visión de futuro (con un coeficiente de 0,531). El resultado encontrado, se diferencia con el trabajo realizado por León & Peralta (2016), no solo porque se trabajan variables diferentes, sino porque, además, evidencian resultados positivos que hacen observar la carencia de problemas dentro de su ámbito de estudios.

Finalmente, el objetivo general de la investigación, fue el de determinar la relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019, para ello, se tomó en consideración los resultados generales obtenidos a partir de los cuestionarios a un total de 361 universitarios, y al ser procesados mediante el software SPSS en su versión 25, fue posible llegar a establecer la presencia de una relación significativa, positiva y media a nivel de un coeficiente de 0,518 entre las variables analizadas. Este resultado a nivel de variables, es diferente al realizado por León & Peralta (2016), sin embargo, el resultado estadístico es muy similar, debido a que establece una relación significativa.

CONCLUSIONES

1. Se logró determinar que existe una relación significativa y positiva del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019, esto frente a un coeficiente de correlación de 0,518. Además, gracias a haber obtenido un valor sig. (bilateral) de 0,000 que resulta ser menor al margen de error de 0,05, fue posible aceptar la hipótesis formulada, indicando de este modo que, los bajos niveles de autoconcepto, son proporcionales al bajo nivel de actitudes emprendedoras que pueden presentar los universitarios.
2. Se logró identificar que el 61% de universitarios presenta un nivel predominantemente bajo de autoconcepto, siendo este el resultado de los problemas para poder establecer y mantener relaciones interpersonales, el poco control y manejo emocional que poseen, el sentimiento de poca ayuda y cooperación de sus seres queridos, y la disconformidad con sus condiciones físicas.
3. Se logró conocer que el 65% de universitarios presenta un bajo nivel de actitudes emprendedoras, esto como resultado de la desconfianza que tienen de sus propias habilidades y capacidades, el conformismo y la incapacidad de poder identificar problemas, el no poder identificar nuevas oportunidades, e incluso el abandono de sus ideas.
4. Se estableció que todas y cada una de las dimensiones del autoconcepto guardan una relación significativa y positiva con las dimensiones de las actitudes emprendedoras en los universitarios, sin embargo, fueron los pares de autoconcepto familiar y perseverancia, así como el autoconcepto emocional y el tener una visión de futuro, las que presentaron mayor relación, pues obtuvieron coeficientes de correlación de 0,540 y 0,531 respectivamente.

RECOMENDACIONES

1. La alta dirección de la institución universitaria debe implementar dentro de su metodología de enseñanza, mayores técnicas que desarrollen el autoconcepto en sus estudiantes, además de ello deben impulsar constantemente el crecimiento de la actitud emprendedora en sus estudiantes, mediante talleres, concursos, etc.
2. A los docentes de la institución, promover de manera continua la participación de los alumnos en las diversas actividades que podrían desarrollarse en cada curso, desde una perspectiva de explotación de sus habilidades internas, es decir, cada alumno deberá estar en la capacidad de reconocer sus potencialidades y en base a ese conocimiento deben desarrollar, las diversas actividades dejadas en su formación, desde la base de potencializar las que ya tienen y desarrollar las que aún necesitan.
3. A los padres de familia y alumnos, concientizarse que el futuro laboral no solo involucra un trabajo dependiente estable, es necesario que se desarrollen emprendimientos innovadores, que permitan la independencia tanto financiera y laboral, es necesario practicar la resiliencia y constancia en los proyectos que se planifican e implementan hasta llevarlos a su término en conceptos de calidad.
4. A los futuros investigadores, realizar investigaciones de carácter aplicativo experimental, con la intención de establecer cambios en la actitud emprendedora mediante el trabajo de perseverancia, manejos emocionales y la visión de futuro.

-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, G. (2017). *Relaciones interpersonales y actitud emprendedora en estudiantes de tercero de secundaria, red 10, Callao 2017*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Callao, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/20792>
- Ballenato, G. (2014). *Apuntes para el desarrollo personal*. Madrid, España: Cuadernos Espacios Estudiantes. Obtenido de autoconcepto del individuo libro pdf
- Benavente, M. (2014). *Módulo de desarrollo de habilidades emprendedoras en adolescentes*. Lima, Perú: DASCELI E.I.R.L. Obtenido de http://www.gin.org.pe/wp-content/uploads/2018/02/Publicaciones_Modulo-Adolescentes-desarrollo-habilidades-emprendedoras.pdf
- Bernal, C. (2010). *Metodología de Investigación*. Colombia: Pearson Educación. Obtenido de http://biblioteca.uccvirtual.edu.ni/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=245&Itemid=1
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Manual del emprendedorismo*. Asunción, Paraguay: Jica. Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf
- Bustos, V. (2016). *Estrategias de aprendizaje, actitudes emprendedoras, autoconcepto, esperanza, satisfacción vital e inclinación al autoempleo: Un modelo explicativo en universitarios peruanos*. Tesis doctoral, Universitat De Valencia, Valencia, España. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71050883.pdf>
- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación* (Segunda Edición ed.). Lima: San Marcos.
- Castejón, J. (2016). *Psicología y Educación: Presente y futuro*. Toluca, México: Ediciones : ACIPE- Asociación Científica de Psicología y Educación. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/64079/1/Psicologia-y-educacion_208.pdf

- Castillo, B. (2017). *Inteligencia emocional y autoconcepto en los estudiantes de primer ciclo*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7717/Castillo_CB.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Chuquilín, L. (2017). *Actitud emprendedora en estudiantes del 5°. de secundaria de la Institución Educativa N° 6091 César Vallejo, Chorrillos, 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Perú. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21543/Chuquil%3%ADn_ML.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Díaz, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. Santiago : Ril.
- El Economista América. (29 de Abril de 2019). *¿Cuáles son los retos de un emprendedor universitario?* Obtenido de <https://www.economistaamerica.pe/economia-eAmperu/noticias/9849926/04/19/Cuales-son-los-retos-de-un-emprendedor-universitario.html>
- Escaffi, C. (2017). Perú: Optimismo para creer y emprender. *Gestión Empresarial*, pp.63-66.
- Gálvez, M. (2016). *La potenciación del autoconcepto para la mejora del rendimiento académico*. Perú: Universidad de Jaén. Obtenido de http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/5358/1/G%C3%A1lvez_Molina_MariadelCarmen_TFM.pdf
- García, F., & Musitu, G. (2014). *Autoconcepto Forma 5*. Madrid, España: TEA. Obtenido de http://www.web.teaediciones.com/Ejemplos/AF-5_Manual_2014_extracto.pdf
- Giménez, J., Candela, D., Erviti, M., Castillo, J., & Delgado, J. (2016). El autoconcepto en emprendedores. *El autoconcepto en emprendedores*, pp. 71-77. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/42129/5-2-11.pdf;jsessionid=779D89F5DED14F4F637D211B02D43721?sequence=1>
- Guillen, K. (2019). *“Estilos de aprendizaje y actitud emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto, 2018”*. Tesis de maestría, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú. Obtenido de

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2096/Kelita_Tesis_Maestria_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernandez, R. ; Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. XIII). México: Mc. Graw Hill.

León , Y., & Peralta, R. (2017). *Autoconcepto y autocontrol en estudiantes del nivel secundario de Instituciones Privadas de Lima Sur, 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/378/Yulian_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, I., Gonzáles, C., San Pedro, J., & San Pedro, B. (2016). Del autoconcepto general al autoconcepto artístico. *Magister*, pp. 42-49. Obtenido de <file:///C:/Users/GRUPO%20ES/Downloads/Dialnet-DelAutoconceptoGeneralAlAutoconceptoArtistico-5980053.pdf>

Messina, M. (2014). *Manual didáctico Emprendedurismo*. Motevideo, Uruguay: Comisión Sectorial de Enseñanza, Universidad de la República. Obtenido de <https://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2018/12/Manual-didáctico-Emprendedurismo-Messina.pdf>

Ministerio de Educación. (2015). *Emprendedoras y emprendedores: Trabajo competitivo para el desempeño laboral*. Lima, Perú.

Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. México: Pearson Educación.

Murillo, E. (2018). *La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Tesis de licenciatura, Universidad Católica De Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10190/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-455.pdf>

Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.

Pilo, J. (28 de Febrero de 2017). *El reto de emprender en América Latina*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/el-reto-de-emprender-en-america-latina/>

- Radio Programas del Perú. (12 de Marzo de 2018). *¿Cómo es el emprendedor peruano?* Obtenido de <https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/como-es-el-emprendedor-peruano-noticia-1109942>
- Rafael, J., & Meléndez, K. (2019). *Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas de los estudiantes Tarapoto, 2019*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión, Tarapoto, Perú. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2240/Jheisy_Trabajo_Bachillerato_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseño en la Investigación Científica*. Perú: Vision Universitaria.

ANEXO

Anexo A. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica de recolección				
¿Cuál es la relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019?	<p>Objetivo general Determinar la relación del autoconcepto con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.</p> <p>Objetivos específicos Identificar los niveles de autoconcepto en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.</p> <p>Conocer el estado de la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.</p> <p>Establecer la relación de las dimensiones del autoconcepto en las actitudes emprendedoras en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.</p>	<p>Hi: El autoconcepto se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.</p> <p>Ho: El autoconcepto no se relaciona significativamente con la actitud emprendedora en los universitarios de la ciudad de Tarapoto, 2019.</p>	Autoconcepto	Autoconcepto académico/laboral	Percepción del desempeño Percepción de los valores	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario				
				Autoconcepto social	Percepción de la red social Percepción de las relaciones interpersonales.					
				Autoconcepto emocional	Percepción del estado emocional Percepción de los comentarios de terceras personas					
				Autoconcepto familiar	Percepción del afecto brindado por los padres. Percepción del afecto brindado por todos los miembros de la familia					
				Autoconcepto físico	Percepción de la condición física Percepción del aspecto físico					
				Actitudes emprendedoras	Autoconfianza		Seguridad sobre sus habilidades y capacidades Actúa de manera autónoma			
			Creatividad e innovación		Busca generar nuevos cambios Identifica problemas donde otros no ven.					
			Tener visión de futuro		Identifica oportunidades donde otros no ven Evalúa los riesgos Está en la búsqueda de nuevos proyectos					
			Perseverancia		Es constante en sus ideas Enfrenta a los problemas Es capaz de auto motivarse					
			Trabajo en equipo		Delega tareas					
					Brinda un buen trato a los demás					
					Escucha a los demás					
			Diseño		Población		Muestra			
			No experimental de corte transversal		La población de estudio estará conformada por 6,020 estudiantes universitarios de la ciudad de Tarapoto, durante el periodo 2019, dicha información se encontró en la página del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).		Entonces, la muestra de estudio se conformará por 161 universitarios en el periodo 2019.			

Anexo B. Instrumento de la variable Autoconcepto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Señor (a) o joven universitario, tenga usted muy buenos días/tardes. En esta oportunidad requerimos de su participación para la elaboración de esta encuesta, se le agradece por anticipado su tiempo.

Esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el siguiente cuestionario sobre el autoconcepto.

A continuación, se muestran preguntas relacionadas al tema.

Marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Edad _____ Sexo _____ Fecha _____

Las opciones de respuesta son las siguientes:

Ítem	Completamente de desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

N°	Autoconcepto académico/laboral	Respuestas				
01	Hace bien los trabajos académicos de la universidad	1	2	3	4	5
02	Se considera un buen estudiante	1	2	3	4	5
03	Sus docentes le consideran inteligente	1	2	3	4	5
04	Trabaja mucho en clase	1	2	3	4	5
05	Sus profesores le estiman	1	2	3	4	5
06	Sus profesores le consideran un buen estudiante	1	2	3	4	5
N°	Autoconcepto social	Respuestas				
07	Se considera una persona amigable	1	2	3	4	5
08	Consigue fácilmente amigos	1	2	3	4	5
09	Tiene muchos amigos	1	2	3	4	5
10	Es difícil para usted hacer amigos	1	2	3	4	5
11	Se considera una persona alegre	1	2	3	4	5
12	Le cuesta hablar con desconocidos	1	2	3	4	5
N°	Autoconcepto emocional	Respuesta				

13	Muchas cosas le ponen nervioso	1	2	3	4	5
14	No se siente nervioso	1	2	3	4	5
15	No se asusta con facilidad	1	2	3	4	5
16	Cuando los mayores le dicen algo no se pongo muy nervioso	1	2	3	4	5
17	No se pongo nervioso cuando le pregunta el profesor	1	2	3	4	5
18	Tiene miedo de algunas cosas	1	2	3	4	
N°	Autoconcepto familiar	Respuesta				
19	Se siente querido por sus padres	1	2	3	4	5
20	Sus padres le dan confianza	1	2	3	4	5
21	Se siente feliz en casa	1	2	3	4	5
22	Su familia le ayudaría en cualquier tipo de problema	1	2	3	4	5
23	No es muy criticado en casa	1	2	3	4	5
24	Su familia no está decepcionada de usted	1	2	3	4	5
N°	Autoconcepto físico	Respuesta				
25	Es bueno haciendo deporte	1	2	3	4	5
26	Le buscan para realizar actividades deportivas	1	2	3	4	5
27	Se considera una persona atractiva	1	2	3	4	5
28	Le gusta como es físicamente	1	2	3	4	5
29	Se cuida físicamente	1	2	3	4	5
30	Se considero elegante	1	2	3	4	5

Anexo C. Instrumento de la variable Actitudes emprendedoras

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Señor (a) o joven universitario, tenga usted muy buenos días/tardes. En esta oportunidad requerimos de su participación para la elaboración de esta encuesta, se le agradece por anticipado su tiempo.

Esperamos su colaboración, respondiendo con sinceridad el siguiente cuestionario sobre las actitudes emprendedoras.

A continuación, se muestran preguntas relacionadas al tema.

Marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Edad _____ Sexo _____ Fecha _____

Las opciones de respuesta son las siguientes:

Ítem	Completamente de desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

N°	Autoconfianza	Respuestas				
01	Sabe lo que es bueno y trata de aprovechar sus habilidades	1	2	3	4	5
02	Confía en lo que sabe, pero continúa desarrollándose y preparándose	1	2	3	4	5
03	Toma decisiones cuando es necesario sin dilatar más el tiempo	1	2	3	4	5
04	Usted se comporta tal y como es en cualquier lugar y momento	1	2	3	4	5
05	Enfrenta los problemas sin acobardarse ante los fracasos y dificultades	1	2	3	4	5
06	Conoce sus errores y trata de aprender de ellos para no repetirlos	1	2	3	4	5
N°	Creatividad	Respuestas				
07	Emplea su imaginación para crear alternativas de solución, aunque estas lleguen a parecer exageradas.	1	2	3	4	5
08	Identifica el problema que al parecer nadie se había percatado de ello	1	2	3	4	5
09	Puede formular varias alternativas para dar solución a un problema	1	2	3	4	5
10	Usted se ingenia para conseguir lo que desea sin llegar a dañar a otros	1	2	3	4	5
11	Usted siempre está pensando en cómo mejorar	1	2	3	4	5
12	Usted está siempre en búsqueda de nuevas opciones y no le teme a los cambios	1	2	3	4	5
N°	Tener visión de futuro	Respuesta				

13	Es independiente para realizar sus haberes, pero tampoco rechaza el apoyo que le puedan brindar los demás	1	2	3	4	5
14	Propone lo que se debe hacer ante la presencia de otros	1	2	3	4	5
15	Difícilmente se desanima	1	2	3	4	5
16	Cuando se presenta una dificultad usted no se queda esperando a que desaparezca sola	1	2	3	4	5
17	No se escabulle de los retos, es más lo evalúa y lo toma	1	2	3	4	5
18	Usted piensa constantemente en ingresar a nuevos proyectos	1	2	3	4	5
N°	Perseverancia	Respuesta				
19	Cuando tengo un tropiezo reflexiono y continuo	1	2	3	4	5
20	No se detiene hasta obtener lo que fue planteado	1	2	3	4	5
21	Se traza un camino y lo continua sin importar el tiempo que tome	1	2	3	4	5
22	Esta constantemente auto motivándose para echarle ganas a lo que hace	1	2	3	4	5
23	Trabaja duro y parejo para mantener lo que logró	1	2	3	4	5
24	Pienso que el fracaso no es el final del camino	1	2	3	4	5
N°	Trabajo en equipo	Respuesta				
25	Usted reconoce que no puede hacerlo todo solo y busca ayuda	1	2	3	4	5
26	Delega tareas importantes a los miembros de un equipo y colabora con ellos	1	2	3	4	5
27	Da un excelente trato a las personas porque les considera como elemento fundamental en un equipo	1	2	3	4	5
28	Sabe escuchar lo que las demás personas opinan	1	2	3	4	5
29	Aprecia y valora lo que hace el resto de integrantes de un equipo de trabajo	1	2	3	4	5
30	Comparte otras actividades con su equipo de trabajo	1	2	3	4	5