



ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS

Tesis

**Programa “Actitud emprendedora” y la
capacidad para la creación de empresas en la
Universidad Nacional de San Martín, 2022**

Para optar el grado académico de Doctor en Gestión Empresarial

AUTOR:

Karla Patricia Martell Alfaro

<https://orcid.org/0000-0002-4416-8740>

ASESOR

Dr. Alberto Alva Arévalo

<https://orcid.org/0000-0002-8392-3542>

Tarapoto, Perú

2022



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Tesis

Programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Para optar el Grado Académico de Doctor en Gestión Empresarial

Autor:

Karla Patricia Martell Alfaro
<https://orcid.org/0000-0002-4416-8740>

Asesor:

Dr. Alberto Alva Arévalo
<https://orcid.org/0000-0002-8392-3542>

Tarapoto, Perú

2022



ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS





Tesis

Programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Autor:

Karla Patricia Martell Alfaro

Sustentado y aprobado el 27 de diciembre de 2022 por los jurados:

 _____ Presidente del jurado Dr. Réniger Sousa Fernández	 _____ Secretario del jurado Dr. Fernando Ruíz Saavedra
 _____ Vocal del jurado Dr. Wildoro Ramírez Ramirez	
 _____ Asesor: Dr. Alberto Alva Arévalo	

Tarapoto, Perú

2022



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-T

Escuela de Posgrado



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Los Miembros del Jurado que suscriben, reunidos para estudiar y escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Tesis, modo virtual, presentado por:

Mg. Karla Patricia Martell Alfaro.

Con el asesoramiento del **Dr. Alberto Alva Arévalo.**

“PROGRAMA ACTITUD EMPRENDEDORA Y LA CAPACIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN, 2022”

Teniendo en consideración los méritos del referido trabajo, así como los conocimientos demostrados por el sustentante, lo declaramos:

APROBADO

Con el calificativo (*)

MUY BUENO / 18

En consecuencia, queda en condición de ser considerado APTO por el Consejo Universitario y recibir el Grado Académico de Doctor, de conformidad con lo estipulado en el Artículo 30° del Reglamento de Tesis de la Escuela de Posgrado de la UNSM-T.

Tarapoto, 27 de diciembre de 2022.

DR. RENIGER SUOSA FERNANDEZ
Presidente

DR. FERNANDO RUIZ SAAVEDRA
Secretario

DR. WILDORO RAMÍREZ RAMÍREZ
Miembro

Dr. ALBERTO ALVA ARÉVALO
Asesor

(*) De acuerdo con el Artículo 95° del Reglamento General de Investigación de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, estas deberán ser calificadas con términos de: BUENO, MUY BUENO, EXCELENTE, también considerar la nota



ESCUELA DE POSGRADO

UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Tesis

Programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Para optar el Grado Académico de Doctor en Gestión Empresarial

El suscrito declara que el presente trabajo de tesis es original, en su contenido y forma.

Ejecutor

Karla Patricia Martell Alfaro

Asesor

Dr. Alberto Alva Arévalo

Declaratoria de autenticidad

Karla Patricial Martell Alfaro, identificada con DNI N° 18216268, egresada de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Martín, con la tesis titulada: **“Programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022”**.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis presentada es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De considerar que el trabajo cuenta con una falta grave, como el hecho de contar con datos fraudulentos, demostrar indicios y plagio (al no citar la información con sus autores), plagio (al presentar información de otros trabajos como propios), falsificación (al presentar la información e ideas de otras personas de forma falsa), entre otros, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 27 de diciembre de 2022.


.....
Karla Patricial Martell Alfaro
DNI N° 18216268



Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, por ser mi guía espiritual en este largo camino, gracias a él superé los momentos difíciles y me levanté para culminar con éxito.

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi madre; tu bendición y tus oraciones diarias a lo largo de mi vida me protegen y me llevan por el camino del bien. Por eso te dedico mi trabajo en ofrenda a tu paciencia y amor madre mía, te amo.

A los amores de mi vida, mis hijos Cristian y Nicolas, ustedes son y siempre serán mi mayor inspiración para convertirme cada día en mejor profesional, mejor madre y mejor ser humano, los amo profundamente.

A mis hermanos, por su apoyo y cariño a pesar de la distancia, por sus palabras de aliento y sus consejos, porque como dice el dicho "SOMOS HERMANOS PARA TODA LA VIDA", los quiero con el alma.

Agradecimiento

Doy las gracias a aquellos que participaron, conmigo en la realización de esta tesis. En verdad, fue un proceso tan largo que, a veces, parecía interminable. Con afecto, quiero agradecer a mi padre y a mi madre; por su amor y sus oraciones.

Agradezco a mis compañeros de aula, por todos esos días de clases y conocimientos que me ayudaron a seguir adelante. Por todas esas alegrías y las risas que me dejaban sin aire.

También quiero dar las gracias, muy especialmente, a todos los docentes que pasaron por nuestra aula. Gracias por todos los consejos y la paciencia.

Finalmente, quiero agradecer a aquellos que, con una palabra, una frase alentadora, me impulsaron a dar un paso, otro más y otro más, para llegar a donde estoy ahora.

Índice general

Ficha de identificación	7
Dedicatoria	8
Agradecimiento.....	9
Índice general.....	10
Índice de tablas	12
Índice de figuras	13
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....	16
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes de la investigación	19
2.2. Fundamentos teóricos	21
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS	28
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación.....	28
3.1.1. Ubicación política	28
3.1.2. Ubicación geográfica.....	28
3.1.3. Periodo de ejecución.....	28
3.1.4. Autorizaciones y permisos	29
3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad.....	29
3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales.....	29
3.2. Sistema de variables	29
3.2.1. Variables principales	29
3.2.2. Variables secundarias.....	30
3.3. Procedimientos de la investigación.....	31
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
4.1. Resultado del objetivo específico 1	41
4.2. Resultado del objetivo específico 2	42
4.3. Resultado del objetivo específico 3	44
4.4. Resultado del objetivo específico 4	45
4.5. Resultado del objetivo específico 5	46

4.6. Resultado del objetivo específico 6	47
4.7. Resultado del objetivo general	57
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
ANEXOS	71

Índice de tablas

Tabla 1 Descripción de variables para el objetivo específico Nº 1	30
Tabla 2 Descripción de variables para el objetivo específico Nº 2	30
Tabla 3 Descripción de variables para el objetivo específico Nº 3	31
Tabla 4 Descripción de variables para el objetivo específico Nº 4	31
Tabla 5 Descripción de variables para el objetivo específico Nº 5	31
Tabla 6 Fiabilidad del cuestionario Programa “Actitud emprendedora”	33
Tabla 7 Fiabilidad del cuestionario Capacidad para la creación de empresas	33
Tabla 8 Prueba de normalidad.....	41
Tabla 9 Efecto de la necesidad de logro en la capacidad de creación de empresas...	41
Tabla 10 Efecto del control sobre los hechos en la capacidad de creación de empresas	43
Tabla 11 Efecto de la creación e innovación en la capacidad de creación de empresas	44
Tabla 12 Efecto de la predisposición al riesgo en la capacidad de creación de empresas	45
Tabla 13 Efecto de la autoconfianza en la capacidad de creación de empresas.....	46
Tabla 14 Efecto del programa “Actitud emprendedora” en la capacidad de creación de empresas.....	55
Tabla 15 Plan de mejora.....	55
Tabla 16 Cronograma del plan de mejora.....	56

Índice de figuras

Figura 1 Ubicación geográfica de la Universidad Nacional de San Martín	28
Figura 2 Situación actual de la actitud emprendedora	34
Figura 3 Situación actual de la necesidad de logro	345
Figura 4 Situación actual del control sobre los hechos	35
Figura 5 Situación actual de creación e innovación	36
Figura 6 Situación actual de predisposición al riesgo.....	36
Figura 7 Situación actual de la autoconfianza.....	37
Figura 8 Situación actual de la capacidad para la creación de empresas	38
Figura 9 Situación actual del conocimiento empresarial	38
Figura 10 Situación actual de la experiencia empresarial	39
Figura 11 Situación actual de la motivación empresarial	40

RESUMEN

En un contexto de desempleo juvenil y baja perdurabilidad de las empresas es prioritario iniciar programas educativos en favor del fomento de la actitud emprendedora. Es necesario que los jóvenes tengan como opción emplearse a sí mismos, pero también desarrollar sus habilidades y conocimientos para crear sus empresas y permanecer en el mercado. El objetivo de la presente investigación ha sido el de determinar el efecto del programa “Actitud emprendedora” en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022. El estudio se desarrolló en la ciudad de Tarapoto, en el año 2022. La investigación se definió de tipo básico, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo propositivo. Se utilizaron cuestionarios para medir las variables de actitud emprendedora y la capacidad para la creación de empresas, los mismos que se aplicaron en una muestra de 30 estudiantes del programa “Actitud emprendedora” de la escuela de Administración de la UNSM. Se ejecutó el análisis descriptivo de las variables y sus dimensiones, así como un análisis estadístico inferencial con el coeficiente de correlación de Pearson y R cuadrado. Los resultados de la investigación determinaron que la necesidad de logro tiene efecto sobre la capacidad para la creación de empresas ($R^2=0.547$); el control sobre los hechos tiene efecto sobre la capacidad para la creación de empresas ($R^2=0.548$), la creación e innovación, la predisposición al logro y la autoconfianza también tienen efecto sobre la capacidad para la creación de empresas ($R^2=0.562$; $R^2=0.575$; $R^2=0.474$). Se concluyó que el programa “Actitud emprendedora” mejorará la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Palabras clave: actitud emprendedora; capacidad para la creación de empresas; predisposición al riesgo; autoconfianza; necesidad de logro.

ABSTRACT

In a context of youth unemployment and low durability of companies, it is a priority to start educational programs in favor of promoting an entrepreneurial attitude. Young people need to have the option of employing themselves, but also developing their skills and knowledge to create their businesses and remain in the market. The objective of this research has been to determine the effect of the "Entrepreneurial Attitude" program on the ability to create companies at the National University of San Martín, 2022. The study was carried out in the city of Tarapoto, in the year 2022. The research was defined as a basic type, quantitative approach, non-experimental design, and proactive descriptive level. Questionnaires were used to measure the variables of entrepreneurial attitude and the capacity for the creation of companies, the same ones that were applied in a sample of 30 students of the "Entrepreneurial attitude" program of the UNSM School of Administration. The descriptive analysis of the variables and their dimensions was carried out, as well as an inferential statistical analysis with the Pearson correlation coefficient and R square. The results of the research determined that the need for achievement has an effect on the capacity for business creation ($R^2=0.547$); control over the facts has an effect on the ability to create businesses ($R^2=0.548$), creation and innovation, the predisposition to achieve and self-confidence also have an effect on the ability to create businesses ($R^2=0.562$; $R^2=0.575$; $R^2=0.474$). It was concluded that the "Entrepreneurial Attitude" program will improve the capacity for the creation of companies at the National University of San Martín, 2022.

Keywords: entrepreneurial attitude; capacity for the creation of companies; risk predisposition; self-confidence; need for achievement.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

A nivel internacional, la pandemia ha perjudicado el mercado de trabajo. Se han destruido puestos de empleo por millones, pero no a todos los ha impactado por igual. La Organización de las Naciones Unidas (2022), ha revelado que los jóvenes en edades de 15 a 24 años tienen mayores dificultades para conseguir empleo; se estima para este año que sean alrededor de 73 millones. Dicho panorama de desempleo no había sucedido en 15 años (párr. 1-8). Por ello cobran importancia los programas educativos que promueven la actitud emprendedora, mediante el desarrollo de innovación y creatividad en sus estudiantes se proveen las habilidades necesarias para asumir la hazaña de emprender (La Rubia et al., 2021, p. 112 005).

La creación de empresas durante el año 2021 también se ha visto afectada por la pandemia. Se reconoce que el indicador que mide la cantidad de adultos que empiezan un negocio (TEA) ha disminuido. La misma caída se registra entre las personas de 18 a 64 años con propiedad de empresas (Global Entrepreneurship Monitor, 2022, párr. 2-8). Además, las expectativas de perdurabilidad no son muy altas. En Uganda, el 64 por ciento de los pequeños negocios cierran al año de crearse, y el 30 por ciento no llegan a cumplir el tercer año. Se supo que en el Este de África no llegan a los dos años cerca del 70 por ciento de empresas creadas (Orobía et al., 2020, p. 61). El impulso al emprendimiento es una salida a los períodos de crisis, donde predomina la inestabilidad y el desempleo, sobretodo cuando los jóvenes no son absorbidos en el mercado de trabajo (Martínez & Bañón, 2020, p. 53).

A nivel nacional, se ha encontrado que el desempleo juvenil del año 2020 fue de 18.5 por ciento, incluso mayor al de los adultos, que fue de 11 por ciento, esto nuevamente se interpreta como una brecha por edad en el mercado de trabajo. Así también se observan otros problemas, como los empleos con bajas remuneraciones o subempleados por horas entre los jóvenes (Sociedad de Comercio Exterior de Perú, 2021, párr. 2-11). Esto genera oportunidades para incentivar a los jóvenes a ingresar al camino del emprendimiento. Nicolás et al. (2021), encontraron que para emprender se necesita de motivación de logro, optimismo y de propensión al riesgo (pp. 97-98). Dichos atributos deben fomentarse en programas educativos.

Así lo reporta el INEI que al día se formaban un promedio de 850 nuevos negocios, pero desaparecen 469. Esto coincide con que el 80 por ciento de las empresas peruanas no llegan a cumplir el lustro de vida (Gestión, 2022, párr. 11). Hasta el 2019 se supo que

un 22.4 por ciento de peruanos se clasificaban como involucrados en negocios de etapa temprana. Lo que implica que la permanencia para considerarse establecidos solo alcanzará al 37 por ciento de ellos. La innovación solo alcanza a la quinta parte de las empresas encuestadas (Serida et al., 2020, pp. 12-13). Estos problemas en relación a las empresas en Perú sugieren que deben mejorarse las capacidades de los emprendedores.

A nivel local, se obtuvo información por medio de entrevistas de corte informal que los estudiantes de la escuela profesional de administración de la Universidad Nacional de San Martín de Tarapoto, a pesar de estar formados con todas las capacidades para la dirección empresarial, no parecen reflejar confianza para iniciar su propia empresa; es así que la mayoría de ellos opta por buscar trabajos como dependientes al finalizar su carrera. Esto podría estar sucediendo porque no poseen confianza en sus propias capacidades, podrían no tener ideas innovadoras, no estar predispuestos a asumir riesgos, ni ven como algo necesario lograr objetivos retadores. Si esto continúa de tal modo, se conformarán con ser trabajadores dependientes disminuyendo así sus posibilidades de elevar su nivel de vida, algo que podrían lograr si optaran por emprender.

Como problema general de investigación se consideró: ¿Cómo se relaciona la actitud emprendedora con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022? Para los problemas específicos: ¿Cómo se relaciona la necesidad de logro en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022? ¿Cómo se relaciona el control de los hechos en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022? ¿Cómo se relaciona la creación e innovación en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022? ¿Cómo se relaciona la predisposición al riesgo en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022? ¿Cómo se relaciona la autoconfianza en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022? ¿Cómo se puede mejorar las actitudes emprendedoras y la capacidad de crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín?

Así mismo el estudio se justifica en su parte teórica, porque se le da valor a la formación de una actitud emprendedora en los estudiantes, para que estos sean capaces de crear empresas que contribuyan en el desarrollo de nuestro país. Por lo tanto, se necesita demostrar el grado en que la institución viene formando a sus estudiantes con respecto a la actitud emprendedora y la relación que tiene con su capacidad para poder crear una

empresa, en la justificación práctica, la investigación se realizó con la finalidad de enviarse a la institución, el actual contexto y las posibilidades de solución, esto podrá ser de ayuda a los demás alumnos como partida para seguir con esta investigación o ayudar en una idea parecida para otra Institución Educativa, siendo beneficiados los docentes y estudiantes de la institución con los resultados, en el aspecto metodológico, la investigación estuvo conformada por toda la estructura de una investigación científica elaborado desde el planteamiento de problema, objetivos, hipótesis así mismo utilizando instrumentos de medición y aplicación que a su vez fueron validados por expertos y utilizando el programa de estadística SPSS para el proceso de los resultados.

Se ha planteado como hipótesis del estudio: El programa actitud emprendedora tiene un efecto positivo en la capacidad para la creación de empresas en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín, 2022. A su vez, las hipótesis específicas: (i) La necesidad de logro se relaciona con la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (ii) El control de los hechos se relaciona con la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (iii) La creación e innovación se relaciona con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (iv) La predisposición al riesgo se relaciona con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (v) La autoconfianza se relaciona con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (vi) La implementación de una propuesta mejorará las actitudes emprendedoras y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Como objetivo general del trabajo se tuvo: Determinar el efecto del programa Actitud emprendedora en la capacidad de crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022. En cuanto a sus objetivos específicos, se consideraron seis: (i) determinar la relación de la necesidad de logro en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (ii) determinar la relación del control de los hechos en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (iii) determinar la relación de crear e innovar en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (iv) determinar la relación de la tendencia al riesgo en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (v) determinar la relación de la autoconfianza en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022; (vi) desarrollar una propuesta para mejorar actitudes de emprendimiento y la capacidad de crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Dubey (2022), estudio titulado “El efecto de las características emprendedoras sobre la actitud y la intención: un estudio empírico entre universitarios técnicos”, realizado en India con alumnos de ingeniería que cursaban su tercer y cuarto año de carrera, encuentra en sus resultados que: las características emprendedoras explican el 59.6 por ciento en varianza de la actitud emprendedora en alumnos; los componentes que son parte de las características emprendedoras, tales como la autosuficiencia, la propensión al riesgo, control interno, y la propensión a la ambigüedad predijeron de forma positiva la intención a autoemplearse. Por otro lado, la habilidad de organización y planeación no predijeron la intención a autoemplearse. En conclusión, las características emprendedoras poseen asociación importante con la intención y la actitud emprendedora.

Mahmood et al. (2020), “Actitudes hacia el espíritu empresarial entre los estudiantes de Tailandia: un enfoque de orientación de la actitud empresarial”, realizada en Tailandia. Tuvo como resultados con estimaciones de máxima verosimilitud que, la necesidad del logro tiene un impacto significativo y positivo sobre la actitud hacia el emprendimiento ($p < 0.01$; error estándar = 0.03; razón crítica = 4.41); la autoestima no tiene impacto significativo sobre la actitud hacia el emprendimiento ($p > 0.01$; error estándar = 0.03; razón crítica = 0.17); el control personal presenta efecto significativo directo sobre la actitud emprendedora ($p \leq 0.01$; error estándar = 0.051; razón crítica = 5.99); la innovación presenta efecto significativo positivo directo sobre la actitud emprendedora ($p \leq 0.01$; error estándar = 0.04; razón crítica = 6.63). En conclusión, de los cuatro factores analizados, la innovación, el control personal y la necesidad de logro tienen impacto en la actitud emprendedora de los estudiantes, aunque ese no fue el caso de la autoconfianza.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Radovich (2017), “La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega” realizada en Lima, Perú, tuvo como resultados que: la necesidad de logro tiene relación significativa con la capacidad de crear microempresas ($p\text{-valor} = 0.00$;

Rho=0.45); el control en los hechos tiene relación significativa con la capacidad de crear microempresas (p-valor=0.00; Rho=0.65); el crear e innovar tiene relación significativa con la capacidad de crear microempresas (p-valor=0.00; Rho=0.65); la predisposición al riesgo tiene relación significativa con la capacidad de crear microempresas (p-valor=0.00; Rho=0.52); y la autoconfianza tiene relación con significancia en la capacidad de crear microempresas (p-valor=0.00; Rho=0.57). En conclusión, la actitud emprendedora y la capacidad de creación de microempresas guardan una asociación importante (p-valor=0.00; Rho=0.77).

Gonzales et al. (2022), en su investigación llamada “Habilidades sociales y actitud emprendedora en alumnos de una universidad privada de Lima, Perú”, realizada en el mencionado país, tuvo como resultados que: las habilidades sociales y capacidad de realización tienen relación significativa con la actitud emprendedora (p-valor=0.00; Rho=0.769); las habilidades sociales y capacidad de planificación tienen relación significativa con la actitud emprendedora (p-valor=0.00; Rho=0.769); las habilidades sociales y capacidad de relacionarse socialmente tienen una asociación fuerte con la actitud emprendedora (p-valor=0.00; Rho=0.718). Se concluye que existe asociación entre las habilidades sociales y la actitud emprendedora.

2.1.3. Antecedentes locales

Díaz et al. (2022), en su artículo titulado “Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas en estudiantes universitarios de San Martín, Perú”, desarrollado en dicho país, tuvo como resultados que: el conocimiento empresarial presenta una correlación significativa positiva con la actitud emprendedora (Rho=0.565, p-valor=0.000); la experiencia empresarial presenta una correlación significativa positiva con la actitud emprendedora (Rho=0.552, p-valor=0.000); la motivación empresarial presenta una correlación significativa positiva con la actitud emprendedora (Rho=0.686, p-valor=0.000). En conclusión, hay asociación positiva moderada entre la actitud de emprendimiento y la capacidad de crear microempresas en los alumnos universitarios de San Martín, Perú.

Quispe (2020), en su investigación denominada “Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020”, llevada a cabo en Perú, en la región mencionada, obtuvo como resultados: existe asociación fuerte positiva moderada entre la necesidad de logro y la capacidad de crear empresa (Rho=0.54; p-valor=0.00); se encuentra asociación fuerte entre la capacidad para verificar hechos y crear negocios (Rho=0.49; p-valor=0.00); se identifica asociación fuerte positiva entre crear e innovar y el ingenio de crear empresa

($Rho=0.53$; $p\text{-valor}=0.00$); se encontró asociación positiva baja entre la tendencia al riesgo y el ingenio de hacer empresa ($Rho=0.38$; $p\text{-valor}=0.00$); se muestra asociación positiva moderada entre tener confianza y el ingenio de hacer negocio ($Rho=0.53$; $p\text{-valor}=0.00$). En conclusión, se demuestra estadísticamente que existe una relación significativa, positiva y moderada entre la cualidad de emprendimiento y el ingenio de hacer negocio. ($p\text{-valor}=0$; $Rho=0.64$).

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Programa “Actitud Emprendedora”

a) Definición de actitud emprendedora

Es la actitud que se tiene hacia el emprendimiento, el deseo de emprender y va antes de la intención emprendedora, forma la intención de un individuo para comportarse de cierto modo; se dice que si alguien tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento es porque prefiere emplearse a sí mismo (Mahmood et al., 2020, p. 3). Otros piensan que la actitud emprendedora presenta mayor asociación con la personalidad, entre las características que debe tener aquella persona están: el optimismo, la creatividad, la persistencia y proactividad (García et al., 2021, p. 4).

Desde el siglo pasado se estuvo tratando de averiguar qué cualidades diferencian a los emprendedores de los demás. Hubo quienes creyeron que los rasgos de la personalidad impulsan a otros a crear empresas, otros les dieron más relevancia a los factores demográficos, como el sexo, género, edad y experiencias pasadas. El debate ha llevado a considerar que son las características actitudinales las que deben medirse para predecir mejor el emprendimiento en un individuo. Las actitudes miden los pensamientos y sentimientos hacia la actividad emprendedora o, dicho de otro modo, la favorabilidad, el valor y el beneficio que se encuentra en el emprendimiento. Por otra parte, se indica que la actitud empresarial involucra cuatro factores en la personalidad: Contar con una necesidad de logro, la innovación, el control personal en resultados y autoconfianza; todos ellos desarrollados en los aspectos cognitivos, conativos y afectivos (Soomro et al., 2020, p. 5; Lope y Afsaneh, 2020, p. 353).

En diversos estudios se ha encontrado que emprendedores varones tienen más alta autoconfianza, necesidad de logro, innovación y control de comportamiento que las mujeres emprendedoras. Algunos investigadores consideran que hay otros factores que deben presentarse en el ambiente universitario para propiciar la actitud emprendedora, estos son la toma de riesgos, proactividad, innovación, así como la capacidad del reconocimiento de oportunidades (Soomro et al., 2020, p.3). Asimismo, La Comisión

Europea considera que la actitud durante la formación de una empresa requiere de asumir riesgos, innovar y tener creatividad (Carrera et al., 2021, p. 87)

b) Teorías sobre la actitud emprendedora

Enfoque multidimensional de la actitud humana, también llamado modelo tripartito, explica que la actitud del ser humano está compuesta por tres factores. El factor cognitivo, que engloba los pensamientos y creencias que posee sobre un objeto. El factor afectivo, que corresponde a los sentimientos, ya sean negativos o positivos hacia ese objeto. El factor conativo, que implica la predisposición del individuo a comportarse de una manera u otra hacia aquel objeto (Dubey, 2022, p. 3). El modelo tuvo gran aceptación en la década de 1960, aunque después fue criticado, ya que no siempre esos factores se correlacionan; no obstante, diversos estudios han comprobado que la actitud predice el comportamiento humano en ciertos contextos específicos (Palacios et al., 2019, p. 127).

La teoría del comportamiento planificado fue propuesta por Ajzen y ha sido más utilizada en estudios de intención a emprender, pero en su modelo se menciona a la actitud hacia el objeto, por lo que resulta significativo para la presente investigación. Según esta teoría es la intención la que incide en el comportamiento del ser humano. Gracias a esta teoría muchos estudiosos se han enfocado en sus tres dimensiones: la actitud, que es evaluar positiva o negativamente la conducta emprendedora; la norma subjetiva, que es la presión del entorno social para incentivar o no la conducta emprendedora; y el control de la conducta que percibe, que trata del grado de complejidad o facilidad que percibe el individuo para llevar a cabo la conducta emprendedora. Todo ello significa que esos tres factores que son parte de la intención emprendedora conforman un proceso consciente y planificado (Valencia et al., 2022, pp. 7-8)

c) Importancia

Si se logra que una persona presente una actitud favorable hacia la idea de crear su propio negocio, entonces también aumentará su intención de ejecutar dicha acción. La actitud que se presenta en relación a una conducta puede verse influenciada por las creencias de que aquella conducta tendrá un resultado negativo o positivo (Valencia et al., 2022, p. 9). Conocer lo que afecta la actitud emprendedora tendrá un efecto favorable para la economía de un país, si es que se decide tomar acción sobre esos factores influyentes. Existe un extenso material de investigación que ha concluido que la educación es un medio capaz de elevar los niveles de emprendimiento, en el sentido de que se puede aprender a adquirir las competencias que hacen posible la creación de

empresas. Ello se puede promover a través de programas de emprendimiento o desde el Estado con el uso de las políticas públicas (Sánchez y Hernández, 2016, p.56).

d) Dimensiones de la variable

Se consideran cinco dimensiones: La obligación de logro, el control que se tiene en los hechos, crear e innovar, autoconfianza y tendencia al riesgo (Díaz et al., 2021, p. 9; Soomro et al., 2020, pp.3-5; Carrera et al., 2021, p. 87; Radovich, 2017, p. 64).

- ***Necesidad de logro***

Es el interés o devoción del ser humano de alcanzar metas. Ello considerando que un emprendedor ha llegado al éxito si ha desarrollado el comportamiento de uno (Soomro et al., 2020, p.6). La conducta del emprendedor implica la fijación de metas retadoras, la responsabilidad de sus acciones, buscan tener resultados, encontrar personas expertas en lugar de hacer amigos y retroalimentarse de lo realizado (Radovich, 2017, p. 44). Los indicadores son: entusiasmo por el logro, que mide el agrado y satisfacción del estudiante por sus objetivos alcanzados; análisis del logro, trata de la reflexión sobre los aprendizajes en sus actividades emprendidas; trabajo en equipo, que se relaciona con la satisfacción de pertenecer y contribuir a un grupo de trabajo; interrelación para el logro; se mide si valoran conocer conexiones y expertos más que hacer amistades (Radovich, 2017, p. 123).

- ***Control sobre los hechos***

Trata sobre el control que ejerce un individuo sobre su emprendimiento. El control puede mejorar si las personas se capacitan en programas de emprendimiento (Soomro et al., 2020, p. 6). También se conoce como el locus de control, este se da cuando una persona piensa que los logros que alcanzó fueron causa de sus propias acciones que de aspectos externos. Normalmente responderían que algo sucedió de tal forma, no por su mala suerte, sino por sus decisiones tomadas (Martínez, 2016, p. 319). Sus indicadores son: aceptación de las debilidades; ya que los estudiantes deben admitir sus errores y reflexionar sobre ellos para retroalimentarse; autodependencia, se responsabilizan por sus acciones y no culpan a terceros por sus resultados; voluntad para emprender, mide su predisposición para empezar a emprender; capacidad para influenciar a los demás, que se relaciona con su protagonismo como líderes (Radovich, 2017, p. 123).

- ***Creación e innovación***

Se busca el compromiso para generar y apoyar la generación de nuevas ideas, proponer novedades para lograr como resultado nuevos bienes, servicios y procedimientos

(Carrera et al., 2021, p.91). Sus indicadores son: creación de oportunidades, mide si buscan oportunidades para emprender; ideas innovadoras, para analizar si son percibidos como creativos; motivación, no los atemoriza innovar, por el contrario, están entusiasmados con hacerlo; y, búsqueda de nuevas ideas, mide si ellos buscan nuevas ideas o apoyan las de otros (Radovich, 2017, p. 123).

- ***Predisposición al riesgo***

Aquel que está predispuesto al riesgo aprecia en escenarios inciertos las oportunidades para emprender. Esto ayuda a predecir si un individuo tomará la decisión de ser empresario o no. Quienes acostumbran estar en entornos seguros, como la búsqueda de mantener su puesto de trabajo, más bien, disminuyen su probabilidad de volverse emprendedores (Radovich, 2017, p. 45). Los indicadores de esta dimensión son: arriesgarse al cambio, mide que les agrada los escenarios de incertidumbre; arriesgarse a la independencia, significa que prefieren correr el riesgo de emprender y sacrificar su dependencia con otros trabajos; aportar por el progreso, pues son conscientes de su contribución al crecimiento de otras personas; y atreverse a aprender, mide que no le teman al fracaso o a los errores, pues son oportunidades para aprender (Radovich, 2017, p. 123).

- ***Autoconfianza***

Se refiere a la autoestima o confianza en sí mismo, así como las capacidades que posee para manejar sus relaciones comerciales (Soomro et al., 2020, p. 6). La confianza en las propias capacidades sirve de recurso para proponerse metas retadoras, a su vez, el logro de las mismas incrementará la autoconfianza (Radovich, 2017, p. 46). Sus indicadores son: autoconfianza para relacionarse, mide su seguridad para relacionarse con otras personas de éxito; actitud positiva, para mantenerse erguido durante las adversidades con las actividades que realiza; autoconfianza de la capacidad intelectual, si reconoce y valora sus propias capacidades (Radovich, 2017, p. 123).

2.2.2. Capacidad para la creación de empresas

a) Definición capacidad de creación de empresas

La capacidad de creación de empresas involucra tres componentes, la identificación de una oportunidad de negocio, tener recursos necesarios y con un equipo emprendedor; estos conforman el proceso de su creación (Díaz et al., 2022, p. 2). Por otro lado, estudios han concluído que hay tres factores necesarios para referirse a la habilidad para crear empresas, estos son: conocimiento base, que engloba las habilidades,

conocimientos, experiencias y educación; conocimientos externos, que se refiere a encontrar modelos a seguir; y el temor a fracasar (Do & Van Hieu, 2020, p. 317).

La dificultad en ser un empresario radica en que se necesitan diversas cualidades. El individuo debe contar con una fuerte motivación, pero además, como lo dijo Jean Baptiste Say por el año 1840, debe poseer una lista de cualidades, como los conocimientos para crear su empresa y dirigirla, conocer el sector en el que se desempeñará; así como poseer capacidades o habilidades para tomar decisiones, delegar, comunicar, planificar, etcétera (Veciana, 2005, pp. 25-26). Las habilidades empresariales son proclives a adquirirse a través de la experiencia y formación (Martínez, 2016, p.327). Las probabilidades de éxito son mayores si se cuenta con conocimientos empresariales y habilidades que se consiguen con la experiencia, el efecto de ello es la mejora del potencial emprendedor (Sánchez et al., 2021, p. 882).

El enfoque gerencial argumenta que quien desee ser emprendedor debe sumar a su personalidad otros atributos adquiridos. Debe contar con conocimientos y habilidades, o en suma, como recomendaron otros autores, se debe poseer la experiencia, la educación, el conocimiento y habilidades empresariales; todo ello incrementará su confianza para atreverse a crear su propia empresa (Sánchez et al., 2021, p. 886).

b) Teorías sobre la creación de empresas

Teoría de las tres necesidades de McClelland sugiere que toda persona sigue tres tipos de factores que las motivan. En primer lugar, el logro, los individuos suelen ir en busca de responsabilidades; toman el desafío porque rechazan lograr algo por mera suerte. En segundo lugar, el poder, al ser humano le agrada tener personas a su cargo y ser de influencia para ellas. En tercer lugar, la afiliación, puesto que dicho individuo querrá tener relación social con otros de la misma organización y ser parte de un entorno laboral agradable (Bello & Bustamante, 2019, pp. 12-13). La necesidad de lograr el éxito es parte del ser humano, los que se atreven a emprender es porque tienen el impulso de sobresalir, incluso estarán dispuestos a asumir riesgos para alcanzar un ingreso estable (Terán & Guerrero, 2020, p. 7).

La teoría del emprendedor-innovador propuesta por Joseph Schumpeter, reflexiona sobre el papel del emprendedor en el desarrollo económico de un país. El emprendedor individual rompe esquemas predominantes, se convierte en un emprendedor innovador en la teoría de la destrucción creativa. El economista distingue dos tipos de emprendedores, el tipo I, que protagoniza la destrucción creativa; y el tipo II, que pertenece a los grandes conglomerados empresariales. El primero es quien innova y genera un impacto en el crecimiento económico. A este lo caracteriza su búsqueda de

distinguirse socialmente, va al encuentro de la satisfacción que le otorgan las nuevas creaciones, e intenta probar que es superior a otras personas. Este emprendedor solo podrá tener ganancias permanentes si continúa innovando de forma constante, así también se enfrenta a un panorama de incertidumbre, esto lo hace por un atributo innato de tomador de riesgos (Querejazu, 2020, pp. 74-75). Si se amplía más la perspectiva, el empresario es quien hace posible que el mercado tienda al equilibrio. Las oportunidades que él observa en el mercado justamente están porque no se da esa situación. Aunque finalmente ese ansiado equilibrio de mercado nunca se alcanza (Labarcés, 2015, p.75)

c) Importancia

Son muchos los autores los que refieren al emprendedor como el motor de la economía. Las empresas que construyen son las mejores generadoras de la productividad nacional, además de que entregan al mercado puestos de trabajo que reducen el desempleo (Zamora, 2018, pp. 1-2). Es así, que los creadores de empresas nuevas, en países industrializados, son los principales dinamizadores de las economías, sostienen incluso el aprovisionamiento de las grandes firmas, y se adaptan de manera más flexible a las crisis y los cambios del proceso de globalización (Querejazu, 2020, p. 70).

d) Dimensiones de la variable

Por lo revisado en el presente apartado se decidió por tres dimensiones relevantes para la generación de confianza en un individuo para la creación de su propia empresa, estos son el conocimiento empresarial, la experiencia empresarial y la motivación empresarial (Díaz et al., 2021, p. 11; Sánchez et al., 2021, p. 886; Veciana, 2005, pp. 25-26; Martínez, 2016, p.327).

- ***Conocimiento empresarial***

Aquellos con mayor conocimiento tendrán mayor facilidad de reconocer las oportunidades que les generen ganancias; así también (Do & Van Hieu, 2020, p. 319). Quien emprende debe conocer cómo se crea una empresa, los problemas, las actividades y etapas del proceso; debe conocer de los sistemas de operación, finanzas, marketing y otros; tener conocimiento del sector en el que participará; y capacidades de dirección, toma de decisiones, planificación, dirigir equipos, delegar, capacidad de negociar, comunicar y aprender (Radovich, 2017, p. 53). Los indicadores son: conocimiento para la creación de empresa, por si conoce los procesos para hacerlo; selección del sector, entiende lo necesario del sector económico en el que quiere emprender; capacidad para tomar decisiones, asume responsabilidades y se siente

capacitado para hacerlo; creatividad e innovación, cree que la innovación es necesaria para tener éxito; planificación de actividades, se relaciona con ser organizado y se siente preparado para la planeación de actividades; capacidad para delegar, si es capaz de confiar en otros y en sus decisiones de hacerlo; negociación, mide sus habilidades de negociación; conocimiento para negociar, mide sus saberes previos para el proceso de negociar; conocimiento para liderar, entiende que liderar es también motivar y escuchar; conocimiento para invertir, sobretodo debe tener saberes en el área de finanzas (Radovich, 2017, p. 124).

- ***Experiencia empresarial***

Gracias a la experiencia se desarrollan habilidades empresariales, los conocimientos necesarios, redes de contacto y los recursos económicos para aventurarse en la hazaña (Borda, 2018, p. 9). La experiencia ayuda a definir ideas de empresa, les genera habilidades y facilita la toma de decisiones, obtienen una capacidad de aprendizaje, todo esto útil para la labor del emprendedor (Radovich, 2017, p. 54). Sus indicadores son: capacidad para generar una idea de negocio, esto a partir de su experiencia laboral; aplicación de la idea de negocio, si se reconocen con la capacidad de empezar a aplicar sus conocimientos; desarrollo de actitudes empresariales, mide su actitud coherente con situaciones específicas y generales en la empresa; mejoramiento empresarial, mide cómo enfrentan inconvenientes que surjan durante la operación de la empresa (Radovich, 2017, p. 124).

- ***Motivación empresarial***

Entre las motivaciones para crear una empresa están: la realización personal, ser tu propio jefe, practicar los conocimientos adquiridos, mejora de ingresos, imitar a un empresario que admira, entre otros (Radovich, 2017, p. 55). Sus indicadores son: implementación de ideas, tienen un buen concepto de llevar a la acción ideas nunca antes vistas; motivación para generar utilidades, pues tienen altas expectativas de obtener ganancias al emprender; autoemplearse, mide si tienen un buen concepto de hacerlo; superación de la adversidad, se relaciona con creer en sus capacidades para resolver situaciones imprevistas; superación de la insatisfacción, si no se desaniman fácilmente ante situaciones no previstas; superación del fracaso, pues deben ver una oportunidad en cada fracaso; dependencia laboral, mide si tienen un buen concepto de ser sus propios jefes (Radovich, 2017, p. 124).

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. **Ámbito y condiciones de la investigación**

3.1.1. **Ubicación política**

El desarrollo de la presente investigación se llevó a cabo en la Universidad Nacional de San Martín de la ciudad de Tarapoto. La cual fue creada mediante el decreto ley N° 22803, en el año 1979, durante el gobierno del presidente Francisco Morales Bermúdez. Fue un logro del pueblo de San Martín que anhelaba adquirir una universidad en su propia región (Universidad Nacional de San Martín, 2021, párr. 1).

3.1.2. **Ubicación geográfica**

La ciudad universitaria de la Universidad Nacional de San Martín se ubica en Jr. Amorarca 315, Tarapoto y su local central está ubicada en el Jirón Maynas número 177, en la ciudad de Tarapoto, en Perú (Gob.pe, 2018, párr. 1).

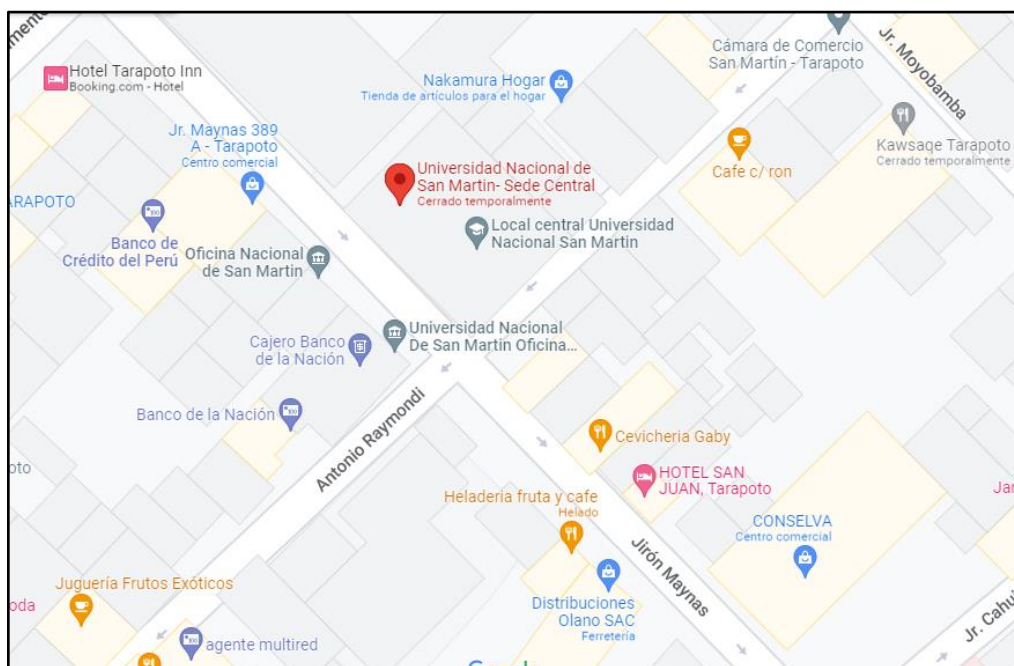


Figura 1. Ubicación geográfica de la Universidad Nacional de San Martín

Fuente: Google Maps

3.1.3. **Periodo de ejecución**

Este trabajo se realizó en el año 2022.

3.1.4. Autorizaciones y permisos

Se solicitó y obtuvo el permiso de la Universidad Nacional de San Martín, ello para el desarrollo de la investigación y para el permiso del inicio de la encuesta. Además, cada estudiante que participó del programa “Actitud emprendedora” dio su conformidad.

3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad

No aplica

3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales

Los estudios de investigación deben considerar la moral y la ética desde los protocolos a seguir durante el estudio hasta el análisis de los resultados encontrados. Para ello, quien lo conduce, en todo el proceso, debe respetar la libertad de autonomía de quienes participen, además de considerar que los participantes no corran riesgo y que al final su participación tenga beneficios superiores a los posibles daños (Jameel & Majid, 2018, pp. 4-8). Considerando ello, se mantuvo transparencia desde el principio de la investigación. Los autores de artículos, libros y tesis consultadas fueron correctamente referenciados y citados en formato APA 7; además, los participantes no corrieron riesgos o algún peligro a causa del proceso de investigación; se respetó su libertad de ser parte del estudio o negarse a ello; así también, la investigación es beneficiosa para ellos puesto que se sabrá la situación de sus capacidades y actitudes para emprender.

3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variables principales

Variable Independiente: Programa “Actitud Emprendedora”

Variable empírica 1: Necesidad de logro, entusiasmo por el logro, análisis del logro, labor en equipo, interrelación con el logro.

Variable empírica 2: Monitoreo a los hechos, aceptación de las debilidades, utodependencia, voluntad para emprender, capacidad para influencias a los demás.

Variable empírica 3: Creación e innovación, creación de oportunidades, ideas innovadoras, motivación, búsqueda de nuevas ideas.

Variable empírica 4: Predisposición al riesgo, arriesgarse al cambio, arriesgarse a la independencia, aportar por el progreso, atreverse a aprender.

Variable empírica 5: Autoconfianza, autoconfianza para relacionarse, actitud positiva, autoconfianza de la capacidad intelectual.

3.2.2. Variables secundarias

Variable dependiente: Capacidad para la creación de empresas.

Variable empírica 1: Conocimiento empresarial, conocimiento para la creación de empresa, selección del sector, capacidad para poder decidir, crear e innovar, planear las actividades, capacidad para delegar, negociar, conocimiento para negociar, conocimiento para liderar, conocimiento para invertir

Variable empírica 2: Experiencia empresarial, capacidad para generar una idea de negocio, aplicación de la idea de negocio, desarrollo de actitudes empresariales, mejoramiento empresarial.

Variable empírica 3: Motivación empresarial, implementación de ideas, motivación para generar utilidades, autoemplearse, superación de la adversidad, superación de la insatisfacción, superación del fracaso, dependencia laboral.

Tabla 1

Descripción de variables para el objetivo específico № 1

Objetivo específico № 1: Determinar el efecto de la necesidad de logro en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Necesidad de logro	Entusiasmo por el logro, análisis del logro, trabajo en equipo, interrelación para el logro.	Cuestionario	Ordinal

Tabla 2

Descripción de variables para el objetivo específico № 2

Objetivo específico № 2: Determinar el efecto del control de los hechos en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Control sobre los hechos	Aceptación de las debilidades, utodependencia, voluntad para emprender, capacidad para influencias a los demás	Cuestionario	Ordinal

Tabla 3

Descripción de variables para el objetivo específico N° 3

Objetivo específico N° 3: Determinar el efecto de la creación e innovación en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Creación e innovación	Creación de oportunidades, ideas innovadoras, motivación, búsqueda de nuevas ideas	Cuestionario	Ordinal

Tabla 4

Descripción de variables para el objetivo específico N° 4

Objetivo específico N° 4: Determinar el efecto de la predisposición al riesgo en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Predisposición al riesgo	Arriesgarse al cambio, arriesgarse a la independencia, aportar por el progreso, atreverse a aprender	Cuestionario	Ordinal

Tabla 5

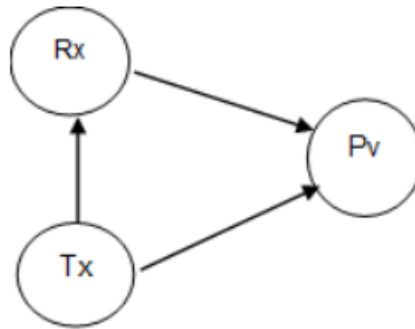
Descripción de variables para el objetivo específico N° 5

Objetivo específico N° 5: Determinar el efecto de la autoconfianza en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Autoconfianza	Autoconfianza para relacionarse, actitud positiva, autoconfianza de la capacidad intelectual.	Cuestionario	Ordinal

3.3. Procedimientos de la investigación

Es de naturaleza descriptiva, ya que los investigadores diagnostican problemas examinando y describiendo variables y sus causas, y permiten formular recomendaciones basadas en dicha información. (Pawar, 2020, p. 47) De alcance transversal y temporal y orientado a la aplicación, porque se enfoca en recopilar datos sobre lo que sucede en un momento dado (Cifuentes, 2019, p. 203).

Proceso dialéctico que utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar y resolver problemas fundamentales, encontrar respuestas a preguntas científicamente preparadas, entre factores y acontecimientos o generar conocimientos científicos (Castro et al., 2020, p. 9). en este caso, sobre las variables de estudio.



Donde:

Rx = Realidad diagnosticada. Actitud emprendedora

Tx = Capacidad para la creación de empresas

Pv = Modelo de propuesta

La técnica que se usó en la investigación para el tratamiento de las variables y sus dimensiones fue la encuesta. Su instrumento un cuestionario por cada constructo, que se aplicó a los 30 estudiantes que se ofrecieron voluntariamente a participar en el estudio. El primero para medir el programa “Actitud emprendedora” se dividió en cinco dimensiones, con un total de 19 indicadores para 39 ítems. Los cuales se respondieron en la escala Likert (totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo, totalmente de acuerdo). Así también, se construyó otro cuestionario para la variable que mide la capacidad para la creación de empresas, esta contiene tres dimensiones, con 21 indicadores en total, conformados por 43 ítems. También se respondió por medio de la escala tipo Likert (desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”).

La información recopilada se sistematizó en el software Microsoft Excel para un análisis descriptivo de frecuencias para cada variable y sus dimensiones, cuyos resultados se han presentado por medio de figuras y tablas. Posteriormente se llevó la información al software SPSS versión 27, donde se hizo el análisis inferencial, que permitió lograr los objetivos específicos y general de la investigación.

Los instrumentos fueron revisados por expertos para su respectiva aprobación de validez. Esto es, cuando un grupo de personas con gran conocimiento en un fenómeno de estudio evalúan un cuestionario (Juárez y Tobón, 2018, p. 1), asegurándose de que contengan claridad, relevancia, suficiencia y coherencia (Rodríguez et al., 2021, p.5). Ello confirmó que los instrumentos eran capaces de medir las variables.

La confiabilidad se analizó con el software SPSS, y el coeficiente del Alfa de Cronbach. Si un instrumento aplica varias veces y es consistente en su medición, es decir que su

resultado no varía de manera significativa, entonces ha pasado la prueba de confiabilidad (Ñaupas et al., 2018, p. 278; Rodríguez y Reguant, 2020, p.5). El estadístico Alfa de Cronbach oscila entre los valores de cero y uno, donde cero significa que la confiabilidad es nula y uno significa que el instrumento tiene confiabilidad total (Arispe et al., 2020, p. 81). Seguidamente, se da a conocer los resultados de fiabilidad para la prueba piloto de 15 estudiantes:

Tabla 6

Fiabilidad del cuestionario Programa "Actitud emprendedora"

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	39

Tabla 7

Fiabilidad del cuestionario Capacidad para la creación de empresas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,986	43

Ambos cuestionarios demuestran tener fiabilidad alta, ya que su Alfa de Cronbach está próximo a la unidad. Para el primer caso, donde hay 39 preguntas, el Alfa de Cronbach resultó 0.968; mientras que, para el segundo caso, con 43 preguntas, fue de 0.986.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados descriptivos

Variable de programa “Actitud emprendedora”

La figura 2 demuestra que el 53.3 por ciento de los estudiantes está en proceso de adquirir una actitud emprendedora, esto se explica porque el nivel predominante en sus dimensiones ha sido también el regular o en proceso. El 33.3 por ciento ha logrado un nivel satisfactorio, porque, la dimensión con mejor desempeño fue el control sobre los hechos. Mientras que el 13.3 por ciento de ellos se ha quedado en un nivel insatisfactorio en su actitud para emprender, debido a que, una mayor proporción de este nivel está en las dimensiones de predisposición al riesgo y de necesidad de logro.

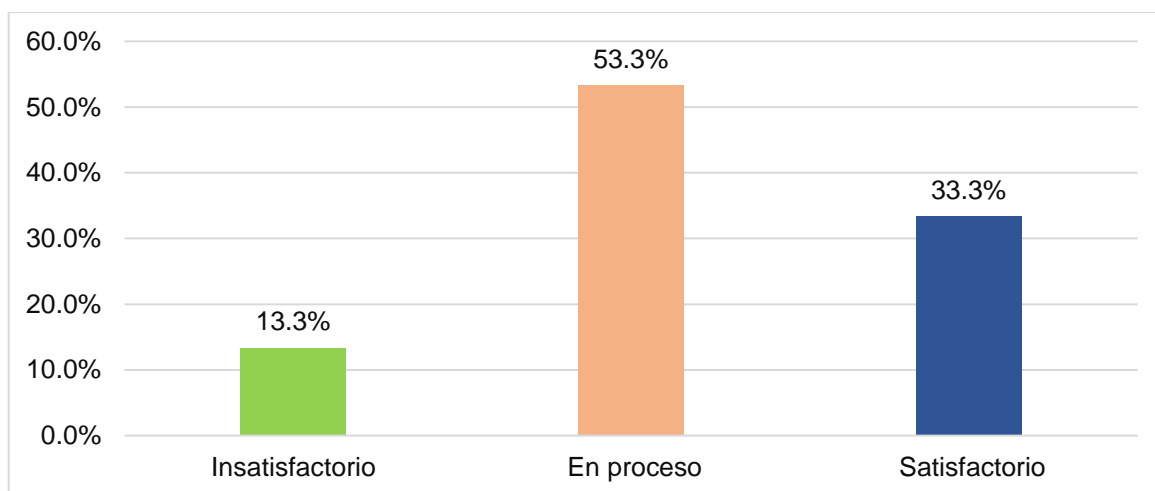


Figura 2. Situación actual de la actitud emprendedora

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Necesidad de logro

Como revela la figura 3, el 60.0 por ciento de los participantes se encuentra en proceso de adquirir la necesidad de logro, ello porque no calificaron con alto puntaje en la interrelación para el logro, por ejemplo, no sienten agrado al realizar conexiones para alcanzar objetivos y otro tanto fue indiferente a ese ítem, los alumnos afirman que prefieren hacer amigos que conocer expertos y otro tanto no está seguro. Asimismo, el nivel satisfactorio de necesidad de logro lo alcanzó el 23.3 por ciento, ya que dicen sentirse orgullosos de sus logros hasta el momento y que siempre que aprenden de los retos en los que se involucran. El 16.7 por ciento se quedó en un nivel insatisfactorio.

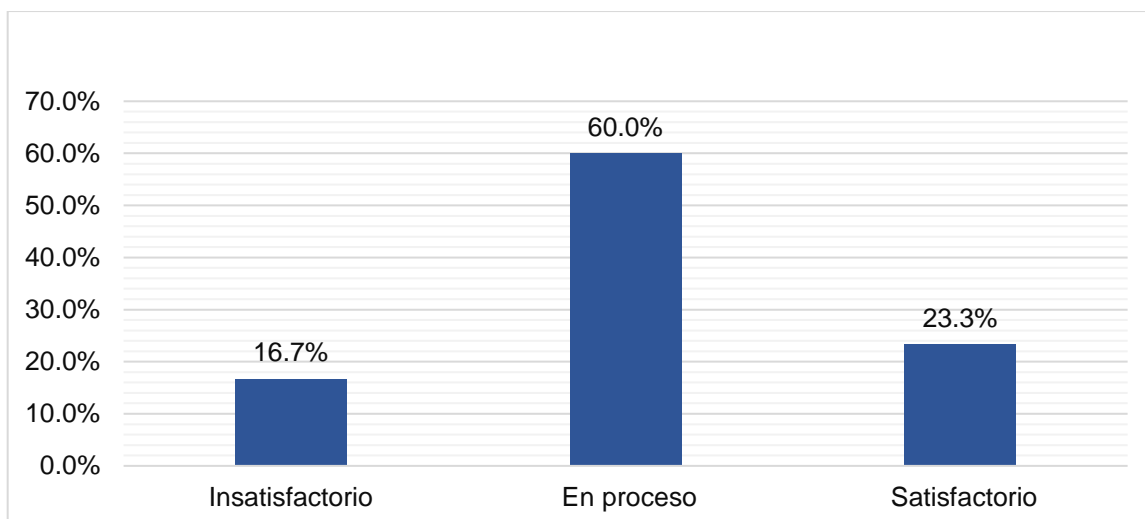


Figura 3. Situación actual de la necesidad de logro

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Control sobre los hechos

En la figura 4 se verifica que, el 53.3 por ciento se encuentra en proceso de adquirir control sobre los hechos, este es un nivel regular y está explicado en que, gran parte se muestra indeciso a iniciar un emprendimiento, y esto por las dificultades que abarcaría ello, además, otro porcentaje no se siente seguro en dirigir grupos de trabajo. El 33.3 por ciento alcanzó un nivel satisfactorio en el control sobre los hechos, porque una gran parte de participantes dice reflexionar en sus acciones cuando tienen resultados positivos o negativos y otro tanto dice que suele reconocer sus errores y subsanarlos. El 13.3 por ciento de los participantes muestra un nivel insatisfactorio.

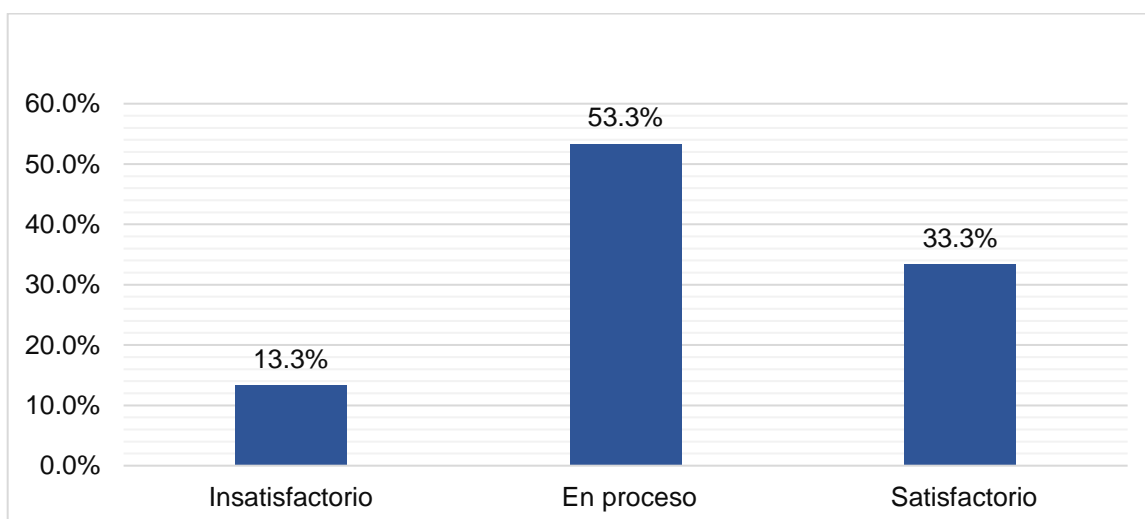


Figura 4. Situación actual del control sobre los hechos

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Creación e innovación

El 56.7 por ciento de los participantes, según la figura 5, se encuentra en proceso en la dimensión de creación e innovación, debido a que un gran porcentaje se muestra dubitativo en cuanto si su entorno lo ve como creativo, otro tanto se muestra indeciso al preguntarle por si teme lo que diga el resto cuando piensa diferente. El 30.0 por ciento llega a un nivel satisfactorio, aquí el ítem de mayor puntaje fue el que indicaba que el estudiante se expone a situaciones que despiertan su espíritu creativo, mientras que otro tanto, dice alegrarse de tener ideas de negocio que el resto no tiene, así mismo, un gran grupo menciona que apoya a sus compañeros que generan ideas emprendedoras. El 13.3 por ciento se quedó en un nivel insatisfactorio, porque siente vergüenza de pensar diferente, de emprender y fracazar.

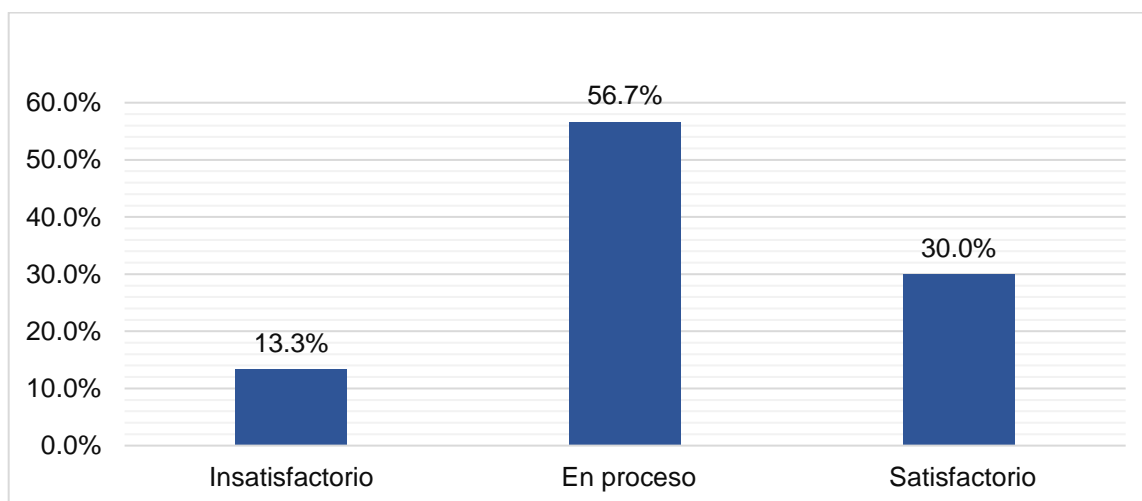


Figura 5. Situación actual de creación e innovación

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Predisposición al riesgo

La figura 6 asevera que el 56.7 por ciento se encuentra en proceso o en un nivel regular en predisposición al riesgo, algunos de los participantes indicaron que no están seguros en sacrificar la estabilidad de un trabajo dependiente con el objeto de emprender, otro tanto, se muestra indeciso en asumir ese riesgo. Luego se observa que el 26.7 por ciento está en un nivel satisfactorio, ello porque gran parte respondió que no está mal cometer errores si se aprende de ellos y la mitad de los encuestados dijo que le parecería excitante participar de escenarios de incertidumbre. El 16.7 por ciento se quedó en un nivel insatisfactorio, porque no creen poder aportar al progreso de otros que dependen de ellos.

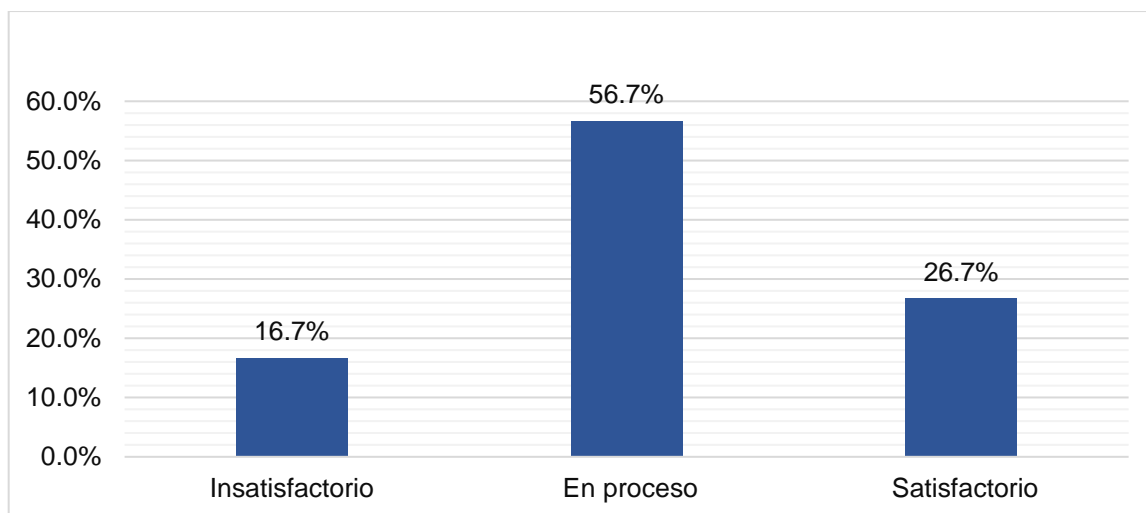


Figura 6. Situación actual de predisposición al riesgo

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Autoconfianza

Como señala la figura 7, el 63.3 por ciento está en un nivel regular o en proceso de autoconfianza, esto porque la mitad de los participantes no están seguros al interactuar en reuniones como lo hacen las personas exitosas, otro tanto, se siente indeciso en sus conocimientos para emprender en nuevas actividades y algunos no muestran seguridad al sostener conversaciones con personas exitosas. El 26.7 por ciento está en un nivel satisfactorio en autoconfianza, gran parte cree que actúa de forma apropiada en las labores que se le encargan y otros mencionan que pueden reconocer si desconocen o no entiende algo. El 10 por ciento de los participantes presenta un nivel de autoconfianza insatisfactorio.

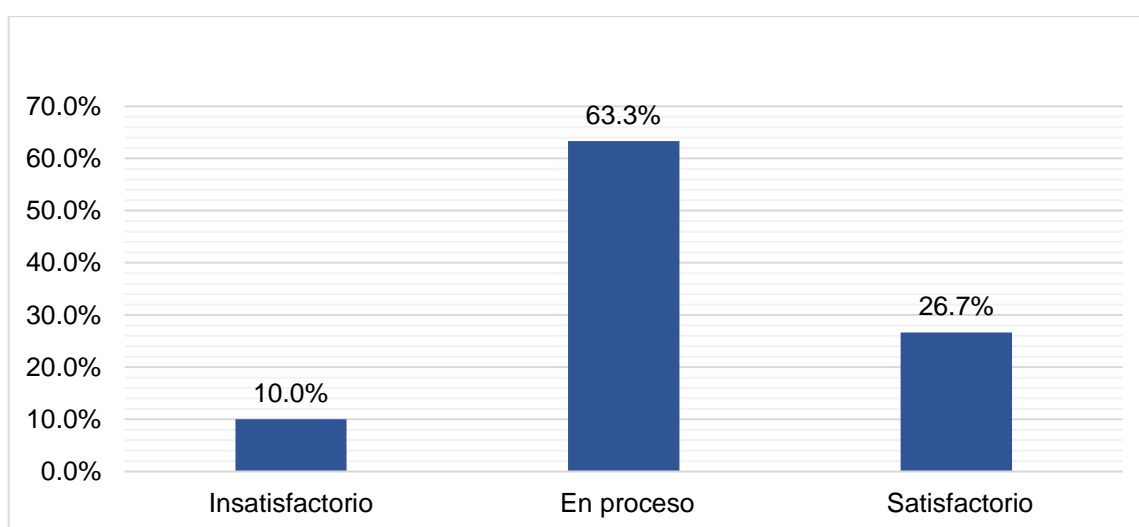


Figura 7. Situación actual de la autoconfianza

Nota. Elaboración propia

Variable de capacidad para la creación de empresas

La figura 8 establece que el 60 por ciento de los participantes ha alcanzado un nivel regular en su capacidad para la creación de empresas, esto ocurrió por el desempeño regular de sus dimensiones, conocimiento empresarial, experiencia empresarial y motivación. El 30 por ciento calificó en un nivel alto, ya que manifestaron en mayoría tener el conocimiento empresarial y menos en experiencia. El 10 por ciento de los participantes está en un nivel bajo en su capacidad para crear empresas, la dimensión con más participantes de nivel bajo fue la motivación empresarial.

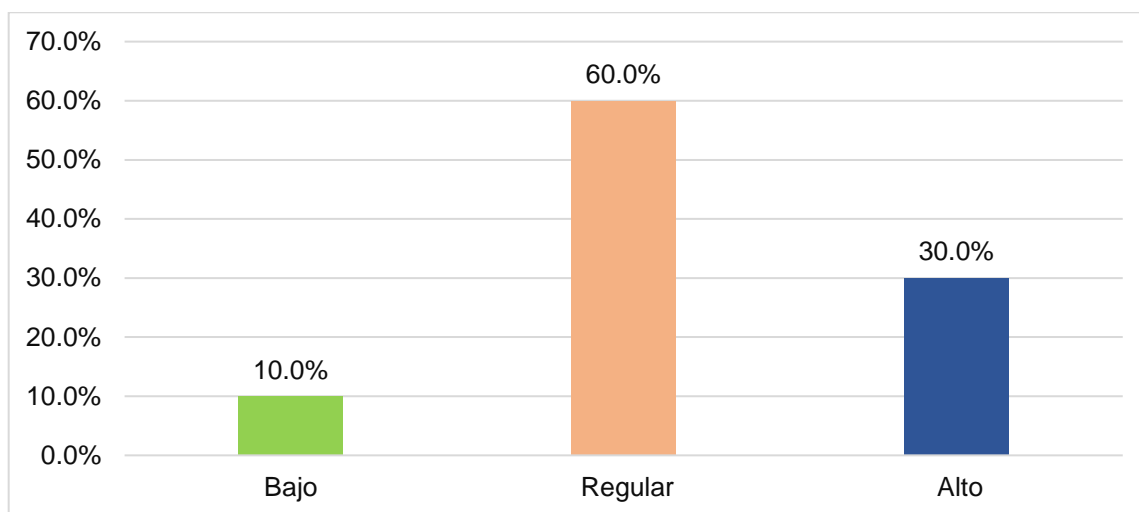


Figura 8. Situación actual de la capacidad para la creación de empresas

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Conocimiento empresarial

El 63.3 por ciento de los participantes, según la figura 9, muestra un nivel regular en cuanto a su conocimiento empresarial, respecto a esto, gran parte se muestra indeciso en el liderazgo de grupos de trabajo, otro tanto, está inseguro en asumir la planificación de actividades en una empresa, al mismo tiempo son conscientes de estar en un nivel bajo en conocimientos de finanzas para inversiones, además de sentirse inseguros de sus capacidades para cerrar tratos con otras personas, también muestra que el 26.7 por ciento ha llegado a un nivel alto en su conocimiento empresarial, sobre todo porque en función a la carrera profesional conoce qué indicadores deben considerar para elegir un sector empresarial en el cual desarrollarse. El 10 por ciento llegó a un nivel bajo, el ítem con menor desempeño fue el de conocer el procedimiento para la creación de una empresa.

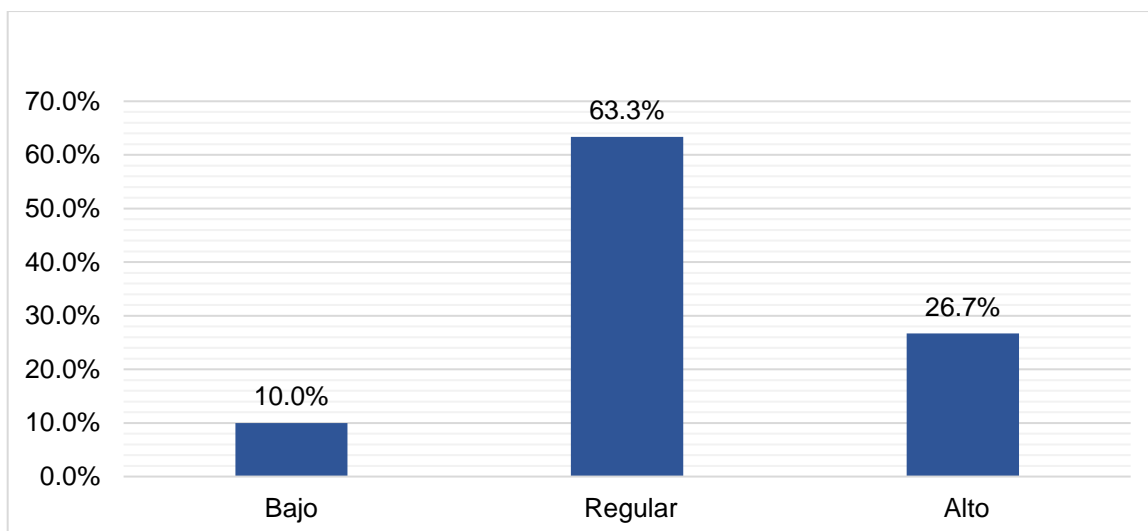


Figura 9. Situación actual del conocimiento empresarial

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Experiencia empresarial

Según la figura 10, el 70 por ciento de los participantes se encuentra en un nivel regular en experiencia empresarial, gran parte de ellos manifiesta no tener padres ni familiares con negocio, otro tanto se muestra indeciso en su habilidad de identificación de problemas en las empresas, gran parte no está seguro de tener más conocimiento que antes de trabajar en una empresa. El 20 por ciento llegó a un nivel alto en esta dimensión ya que gran parte cree que trabajar los ha ayudado a volver sólidas sus ideas y tiene seguridad en cumplir un papel más eficiente que el de sus jefes, pero en el futuro. Luego, se observa que el 10 por ciento presenta un nivel bajo.

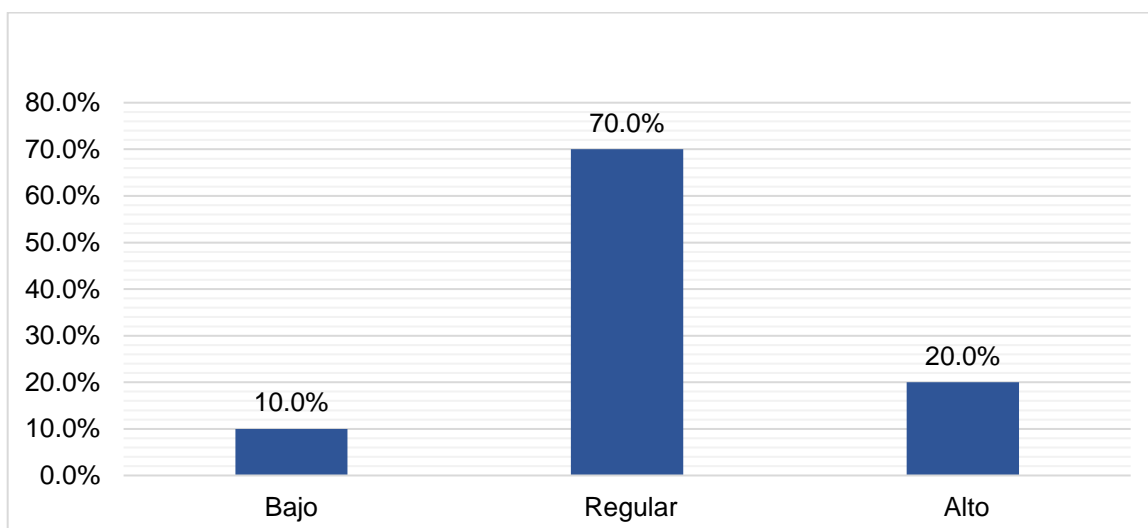


Figura 10. Situación actual de la experiencia empresarial

Nota. Elaboración propia

Dimensión. Motivación empresarial

La figura 11 revela que el 60 por ciento de los participantes muestra un nivel regular en su motivación empresarial; en referencia a esto, gran parte de ellos no está seguro de que las ganancias de emprender sean superiores a las de un trabajo dependiente y seguro, y se muestran indecisos al preguntarles si sentirían vergüenza por buscar la opción del autoempleo. El 26.7 por ciento posee un nivel alto de motivación empresarial, ellos creen que de los fracasos vienen aprendizajes, además que impulsan a alcanzar los objetivos, por lo que indicaron que son conscientes de las dificultades que enfrentarán en el proceso de creación y operación de una empresa. El 13.3 por ciento tiene un bajo nivel de motivación, esto porque no tienen una mente positiva ante la implementación de nuevas ideas.

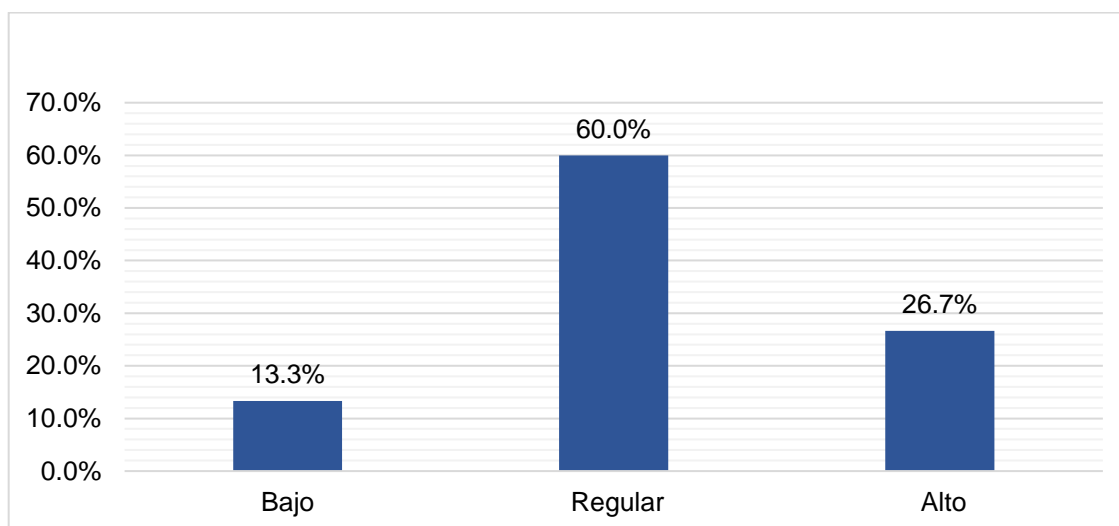


Figura 11. Situación actual de la motivación empresarial

Nota. Elaboración propia

Prueba de normalidad

Para llevar a cabo el análisis inferencial y establecer las correlaciones de cada objetivo, es necesario verificar si los datos de las variables y decisiones en mención mantienen una distribución normal o no. Ya que según esto se escogerá la prueba estadística paramétrica o no paramétrica. Debido a que se consideraron 30 individuos en la muestra, para comprobar la normalidad de los datos se utiliza la prueba Shapiro-Wilk.

Tabla 8
Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		Sig.
	Estadístico	gl	
Capacidad_para_la_creación_de_empr esas	,966	30	,425
Programa_Actitud_Emprendedora	,957	30	,263
Necesidad_de_logro	,967	30	,466
Control_sobre_los_hechos	,965	30	,403
Creación_e_innovación	,964	30	,392
Predisposición_al_riesgo	,961	30	,320
Autoconfianza	,954	30	,217

La prueba indica que en tanto el valor p o de significancia en todos los casos es mayor a 0.05, en cuanto a las dimensiones con sus datos y variables no están siguiendo la normal distribución, motivo por el cual habrá que utilizarse una prueba paramétrica (correlación de Pearson) en cada objetivo de la investigación.

4.1. Resultado del objetivo específico 1

Objetivo específico 1. Determinar la relación de la necesidad de logro en la capacidad para crear empresa en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Ho: La necesidad de logro no se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Hi: La necesidad de logro se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Tabla 9
Relación de la necesidad de logro en la capacidad de creación de empresas

		Necesidad de logro	
Correlación de Pearson	Capacidad para la creación de empresas	Coeficiente de correlación	0.739
		p-valor	0.00
		R cuadrado	0.547
		N	30

Fuente. Con base en los cuestionarios aplicados

La tabla 9 ha logrado demostrar en primer lugar la correlación significativa, positiva y fuerte entre la necesidad de logro y la variable de capacidad para crear empresas ($r=0.739$), además, el R cuadrado es de 0.547, lo cual sugiere que el 54.7 por ciento de

la varianza de la capacidad para crear empresas está explicada mediante una dimensión de necesidad de logro, de esta manera se confirma la hipótesis del investigador.

En otros estudios, como el de Mahmood et al. (2020), se ha obtenido que la necesidad de logro impacta de manera positiva en la actitud emprendedora de los estudiantes. La correlación positiva significativa es respaldada por Radovich (2017) cuando trata con la necesidad de logro y la capacidad de crear micro empresas ($r=0.45$). Además, considerando que el establecimiento de relaciones sociales es un indicador de la necesidad de logro, es relevante la conclusión de Gonzales et al. (2022) quienes aseveran que, las habilidades sociales guardan asociación positiva y fuerte con la actitud emprendedora. Quispe (2020) comprobó la asociación alta de la necesidad de logro y la capacidad de crear negocios, aunque con estudiantes de institutos superiores ($r=0.54$). Según Soomro et al. (2020), la necesidad del logro se concibe como la devoción o el anhelo de conseguir metas, ello requiere, como lo señala García et al. (2021), de persistencia y proactividad; dichos rasgos ameritan la motivación del individuo, este último, según Veciana (2005) es una de las capacidades determinantes para la creación de empresas. Además, esa necesidad de lograr el éxito y deseo de sobresalir es justamente lo que impulsa a las personas a emprender (Terán y Guerrero, 2020). La ambición de lograr más resultados y no conformarse repotencia la capacidad de crear empresa, porque significa el mismo impulso de hacerlo. Las ganancias extraordinarias son la principal motivación para crear empresas. Las personas que tienen alto puntaje en esta dimensión nunca estarán conformes con un sueldo fijo de dependientes, querrán siempre llegar a escalas mayores.

4.2. Resultado del objetivo específico 2

Objetivo específico 2. Determinar la relación del control de los hechos en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Ho: El efecto del control de los hechos no se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Hi: El efecto del control de los hechos se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Tabla 10*Relación del control sobre los hechos en la capacidad de creación de empresas*

		Control sobre los hechos	
Correlación de Pearson	Capacidad para la creación de empresas	Coeficiente de correlación	0.740
		p-valor	0.00
		R cuadrado	0.548
		N	30

Fuente. Con base en los cuestionarios aplicados

La tabla 10 ha revelado una asociación, directa y fuerte en lo que respecta con el control sobre los hechos y la variable de capacidad para crear empresas ($r=0.740$), Adicionalmente, el R cuadrado es de 0.548, lo cual implica que el 54.8 por ciento de la varianza de la capacidad para crear empresas está explicada mediante la dimensión de control en los hechos, por lo tanto se confirma la hipótesis del investigador.

De manera similar a los resultados mencionados, Dubey (2022) afirmó en su trabajo que el control interno explica la intención de las personas a autoemplearse; además, el control personal, para Mahmood et al. (2020) impacta positivamente en la actitud emprendedora. El control sobre los hechos guarda relación positiva con la variable dependiente de la presente investigación ($r=0.49$) en alumnos de institutos superiores. Martínez (2016) comenta que el control sobre los hechos lo poseen los individuos que asumen las consecuencias de sus acciones, sus debilidades y sus fortalezas, saben que sus decisiones desencadenan otros hechos, y esto no es por culpa del azar. Lo dicho por aquel autor se podría resumir en la palabra responsabilidad, puesto que, como expone Veciana (2005), la habilidad de toma de decisiones y hacerse cargo de ellas es parte de las capacidades para crear y dirigir una empresa. Bello y Bustamante (2019) explican que, uno de los tres factores en la teoría de las tres necesidades es el logro, ya que el ser humano busca tomar responsabilidades y rechaza alcanzar metas por mera suerte, este sería el impulso que los lleva a emprender.

La capacidad para crear empresas se ve influenciada por el control sobre los hechos, ya que el emprendedor tomará conciencia de que sus decisiones generan resultados, ya sean buenos o malos, estos deben ser reflexionados para formular aprendizajes. Para alguien que recién inicia un negocio es crucial esta capacidad de aprender de los errores, y ello deviene de la responsabilidad que asume de los propios errores.

4.3. Resultado del objetivo específico 3

Objetivo específico 3. Determinar la relación de crear e innovar en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Ho: El efecto de la creación e innovación no se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Hi: El efecto de crear e innovar se relaciona en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Tabla 11

Relación de la creación e innovación en la capacidad de creación de empresas

		Creación e innovación	
Correlación de Pearson	Capacidad para la creación de empresas	Coeficiente de correlación	0.749
		p-valor	0.00
		R cuadrado	0.562
		N	30

Fuente. Con base en los cuestionarios aplicados

La tabla 11 presenta, en primer lugar, la correlación significativa, positiva y fuerte entre necesidad de logro con la variable de capacidad para crear empresas ($r=0.749$), asimismo, el R cuadrado es igual a 0.562, lo cual se interpreta en que el 56.2 por ciento de la varianza de la capacidad para la creación de empresas está explicada a través de la dimensión de crear e innovar, de esta manera se confirma la tercera hipótesis del investigador.

En la misma línea de los resultados que se hallaron, Mahmood et al. (2020) comprendió que la innovación tiene un impacto significativo en la actitud emprendedora de estudiantes universitarios. Radovich (2017) confirma la relación significativa positiva, aunque más débil, entre innovaciones y creación y la capacidad para crear microempresas ($r=0.65$). Para Quispe (2020) la innovación y creación también guarda relación con la capacidad de crear un negocio ($r=0.53$) entre los alumnos de un instituto superior. García et al. (2021) reconoce que la persona con actitud emprendedora debe tener creatividad. Además, la Comisión Europea, como menciona Carrera et al. (2021), también considera que en el proceso de creación de una empresa se debe mantener una actitud innovadora. Luego, la teoría del emprendedor innovador, explicada por Querejazu (2020), distingue al emprendedor tipo I, que genera la destrucción creativa, que genera un impacto en la economía, y es gracias a su rompimiento de esquemas que logra mantenerse en pie.

De lo expuesto, se entiende que la creatividad y la innovación es uno de los rasgos de la actitud emprendedora, y a su vez tiene un impacto en el desarrollo de las capacidades de creación de empresas. Ello se explica porque es necesario el mantenimiento de la empresa en el mercado, y esto no es posible sin innovación. Una empresa recién creada no durará mucho tiempo si no sabe adaptarse al entorno y proponer nuevas opciones para satisfacer las necesidades de clientes cada vez más exigentes.

4.4. Resultado del objetivo específico 4

Objetivo específico 4. Determinar la relación de la tendencia al riesgo en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Ho: La predisposición al riesgo no se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Hi: La predisposición al riesgo se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Tabla 12

Relación de la predisposición al riesgo en la capacidad de creación de empresas

		Predisposición al riesgo	
Correlación de Pearson	Capacidad para la creación de empresas	Coefficiente de correlación	0.758
		p-valor	0.00
		R cuadrado	0.575
		N	30

Fuente. Con base en los cuestionarios aplicados

Se examina que la tabla 12, su coeficiente de correlación es igual a 0.758, lo cual sugiere asociación significativa, directa y fuerte entre la tendencia al riesgo y la capacidad de crear empresas. Luego, el R cuadrado ha sido 0.575, ello corresponde a que el 57.5 por ciento de la varianza de la capacidad para crear empresas está explicada por la dimensión de predisposición al riesgo. Díaz et al. (2021) reafirma la relación entre la dimensión y variable independiente analizada, aunque entre educandos de un instituto superior ($r=0.38$), de esta manera se confirma la cuarta hipótesis del investigador.

Coherente a estos resultados, Dubey (2022) encontró en su estudio que la propensión al riesgo era una de las características que tenían aquellos con la intención de emplearse a sí mismos. La preferencia al riesgo y su relación con la capacidad para crear microempresas, ha sido evaluado por Radovich (2017), quien confirmó que se relacionan de forma directa con un $r=0.52$, inferior al caso de este documento. Para Carrera et al. (2021), la creación de una empresa requiere necesariamente de la

asunción de riesgos, Soomro et al. (2020) complementa que la cualidad de predisposición a ellos puede ser aprendido en un entorno universitario. Además, la incertidumbre es el panorama al que se enfrentan aquellos que toman riesgos, según Querejazu (2020), y los cambios de la globalización requieren que los emprendedores tengan este rasgo entre sus capacidades, para que puedan adaptarse a esos cambios. La predisposición al riesgo es un rasgo vital en los emprendedores, impacta la capacidad de crear empresas porque el emprendedor siempre se enfrenta a condiciones cambiantes en el mercado, que pone en riesgo su inversión.

4.5. Resultado del objetivo específico 5

Objetivo específico 5. Determinar la relación de la autoconfianza en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

Ho: El efecto de la autoconfianza no se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Hi: El efecto de la autoconfianza se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Tabla 13

Relacion de la autoconfianza en la capacidad de creación de empresas

		Autoconfianza	
Correlación de Pearson	Capacidad para la creación de empresas	Coefficiente de correlación	0.688
		p-valor	0.00
		R cuadrado	0.474
		N	30

Fuente. Con base en los cuestionarios aplicados

Como se confirma en la tabla 13, el coeficiente de correlación entre la variable de capacidad para la creación de empresas y la dimensión de autoconfianza es de 0.688, ello sugiere que la correlación entre ellas es directa, significativa y moderada. El R cuadrado, siendo de 0.474, se interpreta en que el 47.4 por ciento de la varianza de la capacidad para la creación de empresas está explicada por la autoconfianza, por lo tanto, se confirma la quinta hipótesis del investigador.

Se corroboran los resultados con el trabajo de Radovich (2017), que encontró una asociación fuerte y directa entre la autoconfianza y la capacidad de las personas para crear microempresas, aunque su coeficiente de correlación es levemente débil ($r=0.57$) en comparación al del presente trabajo. Semejantemente, Mahmood et al. (2020) evidencian que la autoestima juega un papel importante en cuanto a la actitud

empresadora. Luego, Quispe (2020) confirma una sociedad fuerte y positiva de medio de la dimensión y variable mencionadas, con un r de 0.53. Para Soomro et al. (2020), la autoconfianza se trata de conocer las propias capacidades, y Radovich (2017) agrega que es útil para sobreponerse a los retos. Lope y Afsaneh (2010) comenta que la actitud que se tiene frente a algo es lo que determina una acción, y a su vez, el enfoque multidimensional de la actitud humana respalda que las creencias, pensamientos positivos y negativos predicen el comportamiento humano (Palacios et al., 2019). Es así que sin la autoconfianza no se podría tener a cargo a otras personas, según la teoría de las tres necesidades, el poder implica que un individuo desea influenciar a otros, y por ello se convierte en una variable que influye en las capacidades de creación de empresas, porque, como lo señala Radovich (2017), el emprendedor necesita sentirse capacitado para enseñar a otros, delegar y tomar responsabilidades.

La capacidad para crear empresas están influenciadas por la autoconfianza porque es esta la que les permitirá atreverse a estar a cargo de grupos y organizarlos, delegar funciones y tomar decisiones con cierto grado de incertidumbre. El que inicie una empresa debe reconocer sus capacidades y tener la confianza de darles uso en su proyecto de emprender.

4.6. Resultado del objetivo específico 6

Propuesta:

PLAN PARA FOMENTAR LA ACTITUD EMPRENDEDORA Y LA CAPACIDAD DE CREAR EMPRESAS EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

4.6.1. Denominación

Plan para fomentar la actitud hacia el espíritu emprendedor y la capacidad de crear empresas en estudiantes universitarios.

4.6.2. Datos generales

Institución: Universidad Nacional de San Martín

Dirección: Jr. Amorarca 315, Tarapoto. Villa universitaria.

Actividad: educación superior universitaria

Representante: Aquilino Mesías García Bautista

4.6.3. Fundamentación de la propuesta

Para Ayalew y Zeleke (2018) la educación sobre el emprendimiento es una herramienta para lograr la motivación e inspiración de los estudiantes a fin de insertarse al mundo de los negocios (p. 4). Del mismo modo, Sánchez y Hernández (2016) señalan que el rendimiento de los emprendedores se ve mejorado por la formación empresarial, en otras palabras, es posible formar emprendedores (p. 56). Martínez (2016) menciona que se pueden adquirir y potenciar las habilidades empresariales, comenta que el emprendedor se desarrolla con la combinación de formación más experiencia, unido a rasgos psicológicos del estudiante (p. 327). En la misma línea de este último, Sánchez et al. (2021) interpretan que el emprendedor exitoso se logra al juntar atributos psicológicos y conductuales de la personalidad, y otras capacidades y habilidades que se adquieren, es así que, el individuo que desee emprender necesita sentir que tiene las habilidades y conocimientos necesarios para crear su propia empresa; se requiere de experiencia laboral o empresarial, educación y habilidades, todo esto es una aproximación de la teoría gerencial de la formación empresarial (p. 886). De lo revisado se extrae que un programa de emprendimiento es capaz de formar emprendedores, a su vez, el conocimiento adquirido, junto a la experiencia y rasgos de personalidad propios genera individuos capaces de crear su propia empresa.

Ya que se ha delimitado que es necesario contar con conocimientos para emprender, procede identificar y justificar los fundamentos teóricos con los que debe contar el estudiante que desee emprender. Respecto a esto, Veciana (2005) considera que los individuos que anhelan iniciar una empresa deben conocer el proceso de creación, ello se refiere a las etapas y problemas que sugiere dicho proceso; debe saber dirigirla, en sus operaciones, el marketing y finanzas, entre otras áreas; el sector de actividad económica también debe haber sido estudiado. Luego, existen capacidades que se pueden aprender, como el planificar, dirigir grupos de trabajo, delegar, negociar, tomar decisiones, trabajar en incertidumbre y delegar labores (p. 26).

La experiencia profesional es muy importante en la creación de una nueva empresa, sobre todo, se sabe que quienes implementan su propio negocio, normalmente, tuvieron experiencia en el mismo sector o uno relacionado. La experiencia permite incrementar la confianza del emprendedor y lo ayuda a disminuir la probabilidad de incurrir en un fracaso en el nuevo proyecto (Veciana, 2005, p. 61-62). Al respecto, se ha hablado acerca del aprendizaje experiencial, como lo explican Lope y Afsaneh (2010), hay entre los académicos, un sector que defiende la educación empresarial desde la escuela secundaria, ya que es entonces cuando comienzan sus aspiraciones de emprender,

están abiertos a la adquisición de conocimientos y a mostrar una actitud positiva a emprender. De manera innata, ellos presentan una actitud emprendedora por su creatividad y despreocupación por los riesgos; no obstante más que entregarseles conocimiento en los programas de emprendimiento, se busca que vivan la experiencia empresarial, que cooperen con empresas y generen una formación práctica (Lope y Afsaneh, 2010, pp. 353-354).

Las actitudes del espíritu emprendedor son la confianza, la flexibilidad, la persistencia y valentía, se necesita de todo ello para alcanzar éxito en los negocios. Es entonces que se nombran cuatro características de una positiva actitud emprendedora, esta involucra a la autoestima, el logro, control personal y la innovación. Existen hasta 17 factores que pueden motivar la adquisición de un espíritu empresarial, el preferir tareas de dificultad, la confianza en tener éxito, la autonomía, entusiasmo por el aprendizaje, flexibilidad, dominio, el esfuerzo en aras de compensación, el orgullo por ser productivo, valentía, determinación de metas, orientación a adquirir un estatus, ser competitivo, compromiso, fluidez, autocontrol, enfocarse en una tarea, persistencia e interioridad. Otros autores indican que existen tres factores clave para los emprendedores, deben tener motivación económica, poseen necesidad de éxito y buscan la independencia (Abror y Ernita, 2018, p. 577). En virtud de lo que mencionan las autoras, las actitudes positivas hacia el emprendimiento, han sido diversas para los distintos investigadores, se resaltan: la persistencia, la propensión al riesgo, la necesidad de éxito, motivación económica, control personal y la confianza en tener éxito.

4.6.4. Objetivos

Desarrollar las capacidades empresariales de los estudiantes universitarios de administración mediante conocimientos y fundamentos teóricos.

Desarrollar las capacidades empresariales de los estudiantes universitarios de administración desde primer ciclo mediante el aprendizaje experiencial.

Desarrollar características de actitud de estudiantes emprendedores universitarios de administración.

4.6.5. Teorías

Para la teoría del comportamiento planificado, la intención es predictora del comportamiento del ser humano. Dicha teoría ha funcionado como una gran explicación de la relación que existe entre la actitud, las normas y el control. Está explica que la intención emprendedora está basada como primer factor, en la actitud emprendedora,

esto es la evaluación positiva hacia el emprendimiento o la conducta de emprender; luego está el segundo factor que es el control de la conducta, lo cual implica cuán fácil o difícil puede ser para el estudiante tomar la conducta de emprender y la capacidad que tiene para tener el control de sus propias acciones; el tercer factor es la norma subjetiva, que engloba la presión de la sociedad o entorno próximo del estudiante para realizar la conducta de emprender, esto significa que valora la opinión de sus seres queridos, docentes, compañeros de clase, etcétera (Valencia et al., 2022, pp. 8-10). Esta teoría permite comprender que un programa de emprendimiento en la universidad fomenta las características incluídas en la norma subjetiva para incentivar a los estudiantes a emprender, además, al brindar los conocimientos pertinentes le otorga confianza, que es el desarrollo del control de la conducta percibida; por último, la actitud se desarrolla en las interacciones con personas de éxito que los llevarán a tener una imagen positiva de la acción de emprender.

La teoría de las necesidades aprendidas de McClelland postula que existen tres impulsores para que el ser humano se motive: el logro, el poder, y la afiliación. Estos elementos no son solo motivadores, sino que significan objetivos por sí mismos. La necesidad del logro se encuentra en las personas que buscan la excelencia en relación al resto, a ellos no les agrada triunfar por el azar, sino que usan sus propios recursos para alcanzar el éxito, tienen el deseo de diferenciarse y prefieren trabajos de dificultad que requieren de altas habilidades. La necesidad de poder se representa en el anhelo del ser humano de ser de influencia para otros, esto significa que otros asuman un comportamiento que a él le agradaría, ellos prefieren entornos competitivos donde muestren un estatus, aún así, para que la interdependencia sea duradera y viable ellos deben regular sus deseos. La importancia de afiliación se denota en la aspiración de mantener relaciones de amistad y cercanía con otros, estas personas buscan interactuar con el resto, son capaces de trabajar en equipo y cooperar en sus actividades, respetan códigos de ética y toman responsabilidad, además, se ha demostrado que estos individuos suelen guiar a otros hacia objetivos deseables (Royle y Hall, 2012, pp. 25-27).

4.6.6. Fundamentación

Fundamentación filosófica

La fundamentación filosófica proviene del anhelo de llegar a una comprensión mayor del entorno y busca el cuestionamiento de lo establecido como certeza a partir de los objetos que se conocen (Aguilar et al., 2017, pp. 49-50). Para aportar la propuesta descrita fue necesario iniciar la revisión bibliográfica referida a la actitud emprendedora

enfocada en estudiantes universitarios, ya que se verificó que este es un predictor de la creación de empresas, pues fomenta el espíritu emprendedor, y los programas educativos que lo adoptan como estrategia son capaces de desarrollar en sus alumnos las habilidades y conocimientos imprescindibles para emprender. Fueron cruciales plantear algunas preguntas para el plan de mejora: ¿cuáles son las características que debe tener un emprendedor? ¿de qué manera los estudiantes universitarios pueden desarrollar características de emprendedores? ¿cuáles son las teorías que explican la importancia de la actitud emprendedora? ¿cómo se desarrolla la actitud emprendedora? Es así, que se consideró prioritario responder estas preguntas en el marco teórico antes de poder hilvanar una propuesta certera al propósito de desarrollar la actitud emprendedora.

Fundamentación epistemológica

La fundamentación epistemológica recae en los conocimientos que han sido resultado de un proceso riguroso, se reconoce el proceso de obtener el conocimiento mediante refutaciones y contradicciones (Aguilar et al., 2017, pp. 65-69). Es por ello que se merece comprender claramente lo que significa la actitud emprendedora. La actitud emprendedora es la predisposición al emprendimiento, y a su vez, es clave para el desarrollo de la intención emprendedora. Ambos predicen que un individuo practique, en un futuro, la actividad de emprender. La manera de medir la actitud emprendedora, convencionalmente, ha sido a través de cuatro elementos: la autoestima, el logro, innovación y control personal (Abror y Ernita, 2018, p. 576). Por lo mencionado, los estudiantes deberán desarrollar tales cualidades para la mejora de su actitud emprendedora, lo cual incrementará las probabilidades de que inicien sus propios negocios en un futuro.

4.6.7. Caracterización de la propuesta

Se aportan estrategias por cada objetivo planteado para el plan de mejora. Vale la pena señalar que los objetivos y sus estrategias toman en consideración la teoría de las necesidades aprendidas de McClelland y la teoría del comportamiento planificado de Ajzen, ya que se apela a las necesidades naturales del ser humano, que propone la primera teoría, para alcanzar a mejorar las actitudes hacia el emprendimiento, e influir en su intención emprendedora. Además, ello se suma a la fundamentación teórica, en la que se reconoció que la experiencia, los conocimientos y las actitudes son importantes para la formación de un emprendedor.

Estrategia 1: Desarrollo de conocimientos y fundamentos teóricos relacionados a la creación de empresas

Actividad 1. Creación del programa de emprendedores para el fomento de creación de empresas.

Se decide impulsar un programa de emprendedores que forme en teoría y práctica a los estudiantes de la carrera de administración. Para esto necesita la autorización y el apoyo de sus autoridades, por lo que será necesario reunirse con el director de escuela. Para dicha reunión, será necesario llevar un plan sobre la duración del programa, frecuencia de las sesiones, el financiamiento, el sílabo de las clases, y demás detalles que se soliciten.

A continuación, se nombran detalles generales del programa:

Duración: 3 meses (2 meses de fundamentos teóricos, 2 semanas de práctica, 2 semanas de dinámicas).

Frecuencia: 1 sesión por semana, 2 horas como máximo.

Financiamiento: el programa no necesitaría financiamiento, ya que surge del apoyo de docentes y la voluntad de los alumnos de participar. Sin embargo, de ser necesario, podría organizarse un pago a los docentes en retribución de su tiempo brindado, el cual se aportaría con todos los participantes.

Los temas a impartir serían los siguientes:

- Ventajas y desventajas de emprender (primera sesión)
- Proceso legal para constituir una empresa (segunda sesión)
- Áreas funcionales de una empresa (tercera sesión)
- Fundamentos de marketing (cuarta sesión)
- Fundamentos de administración de recursos humanos (quinta sesión)
- Fundamentos de finanzas (sexta sesión)
- La dirección de una empresa (séptima sesión)
- Debate y reflexión (octava sesión)

Desde la primera hasta la séptima sesión se tiene el propósito de introducir conceptos básicos a los estudiantes, cada sesión debe ser participativa y dinámica. La idea de la última sesión es el repaso y debate de los estudiantes, no se necesitará un docente, solo un moderador.

Actividad 2. Inscripción preliminar de estudiantes al programa

El programa contará con estudiantes desde el primer ciclo, ya que es más probable que ellos se adhieran por curiosidad, tiempo, interés, predisposición al riesgo y la creatividad que mantienen, habiendo ingresado recientemente a la universidad y egresado del nivel secundario. Dichas características han sido identificadas en estudios anteriores y se explicaron en la fundamentación teórica. Además, al finalizarlo, podría organizarse la entrega de certificados, previo pago de los alumnos interesados.

Actividad 3. Búsqueda de acuerdos para el apoyo docente

El programa se realizará en las instalaciones de la universidad y se mantendrá con bajo presupuesto, ya que implicaría la voluntad de los estudiantes y la participación voluntaria de docentes. El responsable a cargo se organizará en la búsqueda de docentes que sean accesibles para apoyarlos con la dirección de las sesiones. Estas clases serían de dos horas como máximo, una vez por semana, la idea es que no se perciba como una obligación, sino como una oportunidad de adquirir conocimiento necesario.

Estrategia 2: Desarrollo de capacidades empresariales mediante el aprendizaje experiencial**Actividad 1.** Invitación a un emprendedor exitoso a una charla con los estudiantes

Esta actividad involucra la novena sesión, durará una hora o dos como máximo, dependiendo de la disponibilidad del invitado. Se ubicará a un emprendedor que haya tenido éxito en su empresa, de preferencia que sea o haya sido alumno de la universidad. La idea es que se produzca un intercambio de preguntas y respuestas con el invitado, con el propósito de que los estudiantes se familiaricen con las ventajas y dificultades que se encuentran en el mundo de los negocios.

Actividad 2. Visita guiada a una empresa

Esta es la décima sesión del programa. Se organizará una visita a una pequeña o mediana empresa, para que los participantes puedan verificar sus conocimientos teóricos aprendidos. Gracias a ello, se podrán conocer las áreas, los procesos, la historia de la empresa, su organización interna, estrategias de ventas, dificultades diarias, organigrama, cantidad de empleados, entre otros detalles.

Estrategia 3: Desarrollo de cualidades para la actitud emprendedora

Actividad 1. Charla sobre las actitudes emprendedoras

Un docente impartirá una decimoprimer sesión sobre las cualidades del emprendedor: la persistencia, la propensión al riesgo, la necesidad de éxito, motivación económica, control personal y la confianza en tener éxito, compromiso, entusiasmo por el aprendizaje. Mostrando casos donde otros emprendedores hallan alcanzado desarrollar sus empresas usando como recursos dichas cualidades.

Actividad 2. Análisis de película y reflexión sobre las actitudes emprendedoras

Los alumnos, en la última sesión, miran la película titulada Chef del 2014, y posterior a esto, realizarán un análisis para identificar, mediante una lluvia de ideas, las características de actitud emprendedora que han podido identificar y cómo ellas ayudaron el protagonista a conseguir su objetivo. Esta sesión significará el cierre del programa de emprendedores, sería dirigida por el mismo docente que impartió la clase de actitudes emprendedoras, el mismo que actuará como un moderador en las participaciones de los alumnos, ya que ellos serán los que realicen el análisis y la reflexión.

Propuesta de plan de mejora

Tabla 14

Plan de mejora

Objetivo	Estrategia	Actividades	Recursos	Resultados
Desarrollar las capacidades empresariales de los estudiantes universitarios mediante conocimientos y fundamentos teóricos.	desarrollo de conocimientos y fundamentos teóricos relacionados a la creación de empresas	Creación del programa de emprendedores para el fomento de creación de empresas. Inscripción preliminar de estudiantes al programa Búsqueda de apoyo docente	Documento del plan para el programa de emprendimiento. Registro de estudiantes. Detalles de cada una de las sesiones a impartir.	Los estudiantes que participen tendrán una idea integral, en un nivel básico, la forma en la que se constituye una empresa, sus ventajas, desventajas y cómo esta se opera en el mercado.
Desarrollar las capacidades empresariales de estudiantes universitarios desde primer ciclo mediante el aprendizaje experiencial.	Desarrollo de capacidades empresariales mediante el aprendizaje experiencial	Invitación a un emprendedor exitoso a una charla con los estudiantes Visita guiada a una empresa	Busqueda de apoyo para la movilización de los estudiantes del programa.	Los alumnos podrán observar que los fundamentos teóricos se aplican en el quehacer de la empresa y tendrán una mirada más realista de ello.
Desarrollar características de actitud emprendedora en los estudiantes universitarios.	Desarrollo de cualidades para la actitud emprendedora	Charla sobre las actitudes emprendedoras Análisis de película y reflexión sobre las actitudes emprendedoras	Una separata con lecturas de casos de emprendedores exitosos. El video de la película Chef, del año 2014.	Los estudiantes podrán reconocer las actitudes que debe mostrar un emprendedor para alcanzar sus objetivos.

4.6.9. Evaluación

La evaluación de la propuesta se enmarca en la bibliografía revisada sobre las cualidades de emprendimiento y la capacidad de crear empresas, además se responde a las necesidades encontradas en el apartado de resultados, según se observaron las dificultades de los estudiantes en su conocimiento sobre la empresa y su dirección.

4.6.10. Viabilidad

Se justifica la viabilidad de la propuesta, debido a que se respalda en la voluntad docente de formar profesionales en administración que sean emprendedores, creadores de sus propias empresas, para lo cual la planificación de cursos y talleres, así como experiencias exitosas permitirá desarrollar sus actitudes emprendedoras. Además, es posible realizarlo con muy bajo presupuesto y posterior a su evaluación poder replicarlo en toda la facultad con el apoyo de otros docentes y alumnos como organizadores.

4.7. Resultado del objetivo general

Objetivo general. Determinar la relación del programa “Actitud emprendedora” en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Ho: El programa “Actitud emprendedora” no tiene relación con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Hi: El programa actitud emprendedora se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Tabla 16

Relación del programa “Actitud emprendedora” en la capacidad de creación de empresas

		Programa “actitud emprendedora”	
Correlación de Pearson	Capacidad para la creación de empresas	Coefficiente de correlación	0.763
		p-valor	0.00
		R cuadrado	0.582
		N	30

Fuente. Con base en la aplicación de los cuestionarios

Se tiene en la tabla 16, donde el coeficiente de correlación es de 0.763, lo que confirma la asociación positiva y fuerte en medio del programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para crear empresas. Además de ello, el R cuadrado ha resultado 0.582, lo cual se interpreta en que el 58.2 por ciento de la varianza de la capacidad para crear empresas se explica por medio de la variable del programa “Actitud emprendedora”. La

hipótesis general es confirmada, existe efecto de la necesidad de logro en la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.

Coherente a los resultados del objetivo general, Radovich (2017), corrobora la asociación significativa, positiva y fuerte entre la actitud de emprendimiento y la capacidad para crear microempresas, el coeficiente de correlación fue cercano al de este caso ($r=0.77$). Adicionalmente, Díaz et al. (2022), confirma la relación directa y moderada entre las variables de Radovich (2017), con un coeficiente de correlación de 0.66. Martínez (2016) afirma también que las habilidades empresariales son proclives a adquirirse por dos medios, mediante la experiencia y mediante la formación, Soomro et al. (2020), también están de acuerdo en que el ambiente universitario puede propiciar innovación y toma de riesgos para fortalecer las capacidades de reconocer oportunidades en los entornos empresariales. La teoría del comportamiento planificado mencionada por Valencia et al. (2022) quien dice que la intención influye en el comportamiento y sus tres dimensiones ayudarían a predecir la creación de una empresa, aplicado a este caso, la actitud (primera dimensión) es la evaluación positiva que se tiene hacia el emprendimiento, esto se ha medido en el presente trabajo; sin embargo, la norma subjetiva y el control de la conducta también influirían en su inserción al emprendimiento. Un programa de "Actitud emprendedora" ayuda a realzar la norma subjetiva, porque crea una presión del mismo entorno en incentivar la conducta emprendedora; el control de la conducta también estaría siendo afectado positivamente, porque ante la mayor adquisición de conocimientos, la percepción de complejidad de emprender disminuye.

CONCLUSIONES

1. El presente estudio ha llegado a concluir que la necesidad de logro ha impactado en la capacidad para crear empresas en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín. Ello significa que el interés de alcanzar metas, o más aun, la devoción a tener mejores resultados, influye en las capacidades de crear empresa. Los estudiantes que sienten orgullo de sus logros, los que se sienten satisfechos al contribuir con los logros de su equipo, aquellos que buscan establecer conexiones y quienes buscan superarse continuamente, son los que tendrán capacidades potenciadas para formar sus propios negocios.
2. Tener el control en los hechos tiene efecto sobre la capacidad para crear empresas, entre los estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín. Esto implica que las personas que adjudican a sus decisiones los resultados positivos o negativos, son las que mejor desarrollarán las capacidades para crear empresas. Estos estudiantes se hacen responsables de sus acciones, no culpan al azar o agentes externos que algo no haya salido como deseaban, se observan como los artífices de sus resultados, reflexionan sobre sus errores, estarían dispuestos a tomar el liderazgo, ya que pueden hacerse responsables de un grupo de trabajo.
3. Crear e innovar tienen efecto sobre la capacidad para crear empresas en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín. Los estudiantes creativos e innovadores son quienes buscan oportunidades de negocio activamente, se alegran al tener ideas que otros no han pensado antes que ellos, apoyan ideas novedosas de otros. Aquellos atributos son una fuente de oportunidades para crear empresa porque las ideas propias pueden generar productos innovadores que suplan necesidades, sin tener competencia, y a la vez, se pueden reconocer en qué ideas invertir.
4. Se ha concluido en los resultados que la predisposición al riesgo tiene efecto sobre la capacidad para la creación de empresas, en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Martín. Los predispuestos al riesgo pueden ver oportunidades incluso en escenarios inciertos, ellos desarrollan mejor las capacidades para crear empresa. Los estudiantes con predisposición al riesgo no se sienten conformes con entorno seguros, como los que suponen los trabajos dependientes con sueldos fijos, sino que se arriesgan al cambio, los entornos predecibles les parecen aburridos, ven el emprender como un riesgo que vale la pena tomar.
5. En los resultados, se confirmó que la autoconfianza tiene efecto sobre la capacidad para la creación de empresas, en los estudiantes de la Universidad Nacional de San

Martin. Quienes tienen autoconfianza reconocen sus propias capacidades y ven a estas como un recurso para imponerse metas retadoras, estas personas desarrollarán mejor su capacidad para crear una empresa. Los estudiantes con autoconfianza reconocen sus fortalezas en conocimientos claves de finanzas, constitución de empresas, indicadores de evaluación, ellos tienen seguridad para interactuar con personas de éxito y sostener conversaciones con ellas.

6. Como conclusión al sexto objetivo específico, se elaboró una propuesta para la implementación de un programa de emprendimiento que desarrolle las actitudes emprendedoras y la capacidad de poder generar empresas en los estudiantes universitarios desde primer. Se ha sostenido una primera etapa del programa, que debe contener los fundamentos teóricos que se les debe proporcionar, una segunda etapa está referida al aprendizaje experiencial para complementar dichos conocimientos, además de la última etapa del programa que trata del análisis de las actitudes que debe mostrar un emprendedor.
7. Se confirmó que el programa "Actitud emprendedora" tiene efecto sobre la capacidad para crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín. El programa ayuda a que los estudiantes valoren positivamente la actividad de emprender. Las personas con mejor actitud emprendedora tendrán el deseo de formar su empresa, pues tienen cualidades tales como la necesidad de logro, autoconfianza, control sobre los hechos, predisposición al riesgo y creación e innovación, las cuales les entregan una base fundamental para estar motivados y adquirir más aprendizajes en el área empresarial.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda impulsar la necesidad de logro en el alumnado mediante la organización de charlas con personas emprendedoras exitosas, donde ellos cuenten sus historias y motiven a los estudiantes a no conformarse con su realidad actual. Estas charlas podrían llevarse a cabo dos veces por ciclo académico y de manera permanente.
2. Se recomienda a los docentes impulsar el control sobre los hechos en los alumnos a través de círculos de debate o reflexión, donde se propongan casos de diferentes escenarios y se delibere las causas del porqué tienen cierto desenlace, podrían realizarse con el análisis de películas en escenas cortas. Estos eventos podrían darse una vez por semana, como una práctica regular en las aulas de clase
3. Se sugiere al decanato de la Facultad de Ciencias Económicas a impulsar la creatividad e innovación en los estudiantes mediante la organización de ferias en las que se premie la mejor idea de negocio, para ello se podría buscar inversores como patrocinadores, el mejor podría ser premiado financieramente para hacer posible su implementación. Dicho evento se ejecutaría anualmente en una fecha fija.
4. Se recomienda a los docentes de los cursos relacionados a la empresa a fomentar la predisposición al riesgo en los alumnos, por medio de lecturas motivadoras de personas que alcanzaron el éxito al tomar decisiones arriesgadas, estas lecturas podrían iniciar cada sesión del curso como una rutina, y ser seguidas de reflexiones de los estudiantes junto a la dirección del docente. Esto podrían convertirse en una rutina para cada clase.
5. Se sugiere a los docentes motivar la autoconfianza en los alumnos mediante talleres en los que se invite a psicólogos a generar dinámicas de psicología positiva con los estudiantes, donde él actuaría como un facilitador o moderador, para que en estas dinámicas cada estudiante reconozca sus propias capacidades y las de sus compañeros. Dichas reuniones podrían adoptarse en un programa de emprendimiento con una duración de cuatro meses.
6. Se recomienda al decano de la Facultad de Ciencias Económicas y a las asociaciones estudiantiles de dicha facultad, que consideren la implementación de propuesta del presente documento de manera anual, para que de ese modo la comunidad estudiantil se vea beneficiada con los conocimientos requeridos en los emprendedores, ello servirá de punto de partida para que los estudiantes puedan constituir su propia empresa. El plan es accesible, más requiere de la proactividad de sus participantes y organizadores.

7. Se recomienda, la divulgación de los beneficios evidenciados en este documento, para que más estudiantes conozcan el potencial de formar empresas. Asimismo, se sugiere a las autoridades de otras universidades a considerar la presente investigación, para que emulen el ejemplo de este programa y faciliten en sus estudiantes el desarrollo de capacidades empresariales, podrían iniciarlo con un programa piloto de corta duración (2 meses) y continuar dependiendo de los resultados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abror, D. P., & Ernita, S. D. (2018). The entrepreneurial attitudes of higher education students. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 65, 576-579. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icebef-18/125908137>
- Aguilar, F., Bolaños, R. F., & Villamar, J. L. (2017). *Fundamentos epistemológicos para orientar el desarrollo del conocimiento* (Primera ed.). Editorial Universitaria Abya-Yala.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14904/1/Fundamentos%20epistemologicos.pdf>
- Aguirre, C. R., Barona, C. M., & Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Revista Valor Contable*, 7(1), 50-64.
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396
- Alvarez, J. L., Barreto, G. L., & Granoble, P. E. (2021). Emprendimientos por necesidad. Un análisis a su competitividad en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del conocimiento*, 6(1), 1647-1663. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2461>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado*. Universidad Internacional del Ecuador.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Ayalew, M. M., & Zeleke, S. A. (2018). Modeling the impact of entrepreneurial attitude on self-employment intention among engineering students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(8), 1-27.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/194832/1/1030099979.pdf>
- Baeza, D. I., & Pérez, S. S. (2019). Las finanzas y su relación con otras disciplinas. *Ingenio y conciencia*(11), 69-70.
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/sahagun/article/view/3747/5938>
- Bello, J. V., & Bustamante, Y. (2019). *¿Es posible incrementar extrínsecamente la motivación intrínseca laboral?* [Tesis de Titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628119/BelloT_J.pdf?sequence=3#page=14&zoom=100,109,888

- Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, 5(3), 157-163. http://dx.doi.org/10.4103/jpcs.jpcs_62_19
- Borda, A. (2018). *Working Experience and Entrepreneurship*. [Tesis de Maestría, Escuela de Administración de Negocios para Graduados]. Repositorio Institucional de la Escuela de Administración de Negocios para Graduados. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1468/2018_MAT_P_15-2_40_T.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Cambridge University. (2009). *Cambridge Academic Content Dictionary* (Primera ed.). Cambridge University Press. <https://n9.cl/pdf-book-cambridge>
- Carrera, M. M., Partida, A., Villarreal, L. A., & Cantú, A. C. (2021). Actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios de Instituciones de Educación Superior (IES), en México. *Innovaciones de negocios*, 18(35), 83-111. <https://doi.org/10.29105/rinn18.35-5>
- Castro, A., Parra, E., & Arango, I. (2020). Glosario para metodología de la investigación. *Working Paper ESACE*, 1(8), 1-38. <http://doi.org/10.17605/OSF.IO/5ANJB>
- Chávez, S. (2018). El concepto de riesgo. *Recursos naturales y sociedad*, 4(1), 32-52. https://www.cibnor.gob.mx/revista-rns/pdfs/vol4num1/03_CONCEPTO.pdf
- Cifuentes, A. (2019). Tendencias en metodología de investigación en Psicoterapia: Una aproximación epistemométrica. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 15(2), 201-210. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/679/67962600002/html/>
- Coello, R. (2017). El emprendimiento por oportunidad versus el emprendimiento por necesidad en el Ecuador. *Revista Ciencia & Tecnología*(16), 1-11. <http://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec/revista/index.php/cienciaytecnologia/articloe/view/128/137>
- Díaz, R., Meléndez, K., Rafael, J., & Geraldo, L. (2021). Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas en estudiantes universitarios de San Martín, Perú. *Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-23. <https://aunarcali.edu.co/revistas/index.php/RDCES/article/view/191/131>

- Díaz, R., Rafael, J., K, M., & Geraldo, L. (2022). Actitud emprendedora y capacidad de creación de microempresas en estudiantes universitarios de San Martín, Perú. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2), 1-23. <https://aunarcali.edu.co/revistas/index.php/RDCES/article/view/191/131>
- Do, Q. H., & Van Hieu, L. (2020). Importance of knowledge to entrepreneurial activity: empirical evidence from southeast asian nations. *Wseas transactions on business and economics*, 17, 317-324. <https://doi.org/10.37394/23207.2020.17.33>
- Dubey, P. (2022). The effect of entrepreneurial characteristics on attitude and intention: an empirical study among technical undergraduates. *Journal of Business and Socio-economic Development*. <https://doi.org/10.1108/JBSED-09-2021-0117>
- García, L., Fuentes, D., & Pico, B. (2021). Análisis de la actitud emprendedora en sociedades cooperativas pesqueras en México. *Revesco*(139), 1-13. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.76632>
- Gestión. (16 de Abril de 2022). Emprendedor peruano: ¿qué formación requiere para fortalecer su negocio? *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/emprendedor-peruano-que-formacion-requiere-para-fortalecer-su-negocio-noticia/>
- Global Entrepreneurship Monitor. (1 de Febrero de 2022). *New GEM Research: Entrepreneurs Worldwide Identifying Opportunities; National Expert Assessments Suggest United Arab Emirates Has Most Supportive Entrepreneurship Environment*. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Gob.pe. (2018). Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto. Sedes. <https://www.gob.pe/institucion/unsm/sedes>
- Gonzales, N. E., Alberto, P. C., Pérez, R. D., & Tasayco, A. A. (2022). Habilidades sociales y actitud emprendedora en alumnos de una universidad privada de Lima, Perú. *Horizontes*, 6(22), 119-126. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i22.320>
- González, K. J., Arias, C. C., & López, V. (2019). Una revisión teórica de la creatividad en función de la edad. *Papeles del Psicólogo*, 40(2), 125-132. <https://doi.org/https://doi.org/10.23923/pap.psicol2019.2901>

- Jameel, B., & Majid, U. (2018). Research Fundamentals: Data Collection, Data Analysis, and Ethics. *Undergraduate Research in Natural and Clinical Science and Technology Journal*, 2(4), 1-8. <https://urncst.com/index.php/urncst/article/view/39/12>
- Juárez, L., & Tobón, S. (2018). Análisis de los elementos implícitos en la validación de contenido de un instrumento de investigación. *Revista Espacios*, 39(53), 23. <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf>
- Kareska, K. (2017). The role of planning as a fundamental management function for achieving effectiveness in business organizations. *SSRN*. <https://ssrn.com/abstract=3022761>
- La Rubia, M. D., Rus, C., Bueno, S., Aguilar, J. D., & Eliche, D. (2021). Study of the Entrepreneurial Attitudes of STEM Students. *IEEE Access*, 9, 112005-112018. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3103118>
- Labarcés, C. (2015). Aspectos de innovación Schumpeteriano: el emprendimiento, el perfil del empresario en el contexto social. *Dictamen Libre*(17), 73-80. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.17.3082>
- Lope, Z., & Afsaneh, B. (2010). Entrepreneurial attitude and entrepreneurial efficacy of technical secondary school students. *Journal of Vocational Education & Training*, 62(3), 351-366. <http://dx.doi.org/10.1080/13636820.2010.509806>
- Mahmood, T. M., Al Mamun, A., & Ibrahim, M. D. (2020). Attitude towards entrepreneurship: a study among Asnaf Millennials in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 2-14. <http://dx.doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0044>
- Majid, U. (2018). Research Fundamentals: Study Design, Population, and Sample Size. *Undergraduate research in natural and clinical science and technology (URN CST) journal*, 2(1), 1-7. <http://dx.doi.org/10.26685/urncst.16>
- Márquez, L. E., Cuétara, L. M., Cartay, R. C., & Labarca, N. J. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI(1), 233-253. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/31322/32372>
- Martínez, A. E. (2016). Factores socio-culturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(74), 312-330. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29046685009.pdf>

- Martínez, C. N., & Bañón, A. R. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66. <https://doi.org/https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>
- Maya, A. M., Cevallos, C. P., Raura, J. G., & Cejas, M. F. (2016). emprendimiento por oportunidad en el contexto del cambio de la matriz productiva: una estrategia innovadora- Ecuador. *Visión Gerencial*(2), 305-318. <https://www.redalyc.org/journal/4655/465549558005/html/>
- Mera, J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica ciencias económicas y empresariales*, 3(8), 84-102. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/59/71>
- Nicolás, E. J., Carhuacho, I. M., & Nolazco, F. (2021). Análisis de la actitud emprendedora en una industria de la construcción, Lima 2020. *Espíritu Emprendedor TES*, 5(2), 97-109. <https://doi.org/10.33970/eetes.v5.n2.2021.263>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación: Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Quinta ed.). Ediciones de la U. https://www.academia.edu/59660793/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_5TA_EDICI%C3%93N
- Organización de las Naciones Unidas. (11 de Agosto de 2022). *El empleo juvenil es el más afectado por los efectos del COVID-19*. <https://news.un.org/es/story/2022/08/1512872>
- Orobia, L. A., Mwesigwa, R., & Ssekiziyivu, B. (2020). Entrepreneurial framework conditions and business sustainability among the youth and women entrepreneurs. *Asia Pacific journal of innovation and entrepreneurship*, 14(1), 60-75. <https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2019-0059>
- Palacios, X., Fernanda, J., & Calle, M. (2019). Una reflexión sobre la relevancia de las actitudes hacia el cáncer. *Iatria*, 32(2), 126-132. <https://doi.org/10.17533/udea.iatreia.03>.
- Pawar, N. (2020). 6. Type of Research and Type Research Design. En N. Pawar, *Research Methodology* (págs. 46-57). KD Publications. https://www.researchgate.net/publication/352055750_6_Type_of_Research_and_Type_Research_Design

- Pico, L. M. (2017). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 134-136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6183826>
- Querejazu, C. V. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Economía: teoría y práctica*(52), 69-98. <http://dx.doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/Querejazu>
- Quispe, R. M. (2020). *Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región San Martín, 2020*. [Tesis de Maestría, Universidad Peruana Unión]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana Unión. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4170/Rina_Tesis_Maestro_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Radovich, J. L. (2017). *La actitud emprendedora y su relación con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Educación]. Repositorio Institucional de Universidad Nacional de Educación. <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/1327/TM%20CE-Du%203089%20R1%20-%20Radovich%20Gomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). Calcular la fiabilidad d'un qüestionari o escala mitjançant l'SPSS: el coeficient alfa de Cronbach. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rodríguez, M., Poblano, E., Alvarado, L., González, A., & Rodríguez, M. (2021). Validación por juicio de expertos de un instrumento de evaluación para evidencias de aprendizaje conceptual. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 12(22), 1-16. <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/960/3053>
- Rosado, A., Freire, T., & Hernández, A. (2022). Entrepreneurship: What matters most. *Journal of business research*, 144(2022), 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.087>
- Royle, M. T., & Hall, A. T. (2012). The relationship between McClelland's theory of needs, feeling individually accountable, and informal accountability for others. *International journal of management and marketing research*, 5(1), 21-42. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1957209

- Sánchez, J. C., & Hernández, B. (2016). Influencia del Programa Emprendedor Universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora. *Pampa*, 55-75. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5610764>
- Sánchez, Y., Macías, M. Á., & Mendoza, J. E. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 880-902. <https://doi.org/10.52080/rvgv26n94.25>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., & Borda, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2018-2019, Primera*. Universidad ESAN. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24030.79687>
- Sociedad de Comercio Exterior de Perú. (21 de Enero de 2021). Brecha en el empleo entre jóvenes y adultos es persistente, pese a la recuperación económica del año pasado. *ComexPerú*. <https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/brecha-en-el-empleo-entre-jovenes-y-adultos-es-persistente-pese-a-la-recuperacion-economica-del-ano-pasado>
- Soomro, B. A., Memon, M., & Shah, N. (2020). Attitudes towards entrepreneurship among the students of Thailand: an entrepreneurial attitude orientation approach. *Education and Training*. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2020-0014>
- Stratton, S. (2021). Population research: convenience sampling strategies. *Prehospital and Disaster Medicine*, 36(4), 373-374. <https://doi.org/10.1017/S1049023X21000649>
- Terán, E. F., & Guerrero, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7), 7. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Universidad Nacional de San Martín. (2021). Reseña histórica de la Universidad Nacional de San Martín. <https://unsm.edu.pe/nosotros/historia/#:~:text=La%20Universidad%20Nacional%20de%20San%20Mart%C3%ADn%2C%20Pionera%20Casa%20Superior%20de,consecuencia%20de%20la%20lucha%20del>
- Valencia, A., Rodríguez, P. A., Cárdenas, J. A., & Gómez, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), 5-24. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>

Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Barcelona: La Caixa. <https://www.uv.es/creaemp/Veciana2005Libro.pdf>

Zamora, C. S. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39(7), 15. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

“Programa actitud emprendedora y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cómo se relaciona la actitud emprendedora con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022?</p> <p>Problemas específicos: PE1: ¿Cómo se relaciona la necesidad de logro en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022?</p> <p>PE2: ¿Cómo se relaciona el efecto del control de los hechos en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022?</p>	<p>Objetivo general: Determinar el efecto del programa actitud emprendedora en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.</p> <p>Objetivos específicos: OE1: Determinar la relación de la necesidad de logro en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.</p> <p>OE2: Determinar la relación del control de los hechos en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p>	<p>Hipótesis general: El programa actitud emprendedora tiene un efecto positivo en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: HE1: La necesidad de logro se relaciona con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.</p> <p>HE2: El efecto del control de los hechos se relaciona con la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p>	Programa “Actitud Emprendedora”	<p>Necesidad de logro</p> <p>Control sobre los hechos</p> <p>Creación e innovación</p> <p>Predisposición al riesgo</p> <p>Autoconfianza</p>	<p>Entusiasmo por el logro</p> <p>Análisis del logro</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Interrelación para el logro</p> <p>Aceptación de las debilidades</p> <p>Autodependencia</p> <p>Voluntad para emprender</p> <p>Capacidad para influencias a los demás</p> <p>Creación de oportunidades</p> <p>Ideas innovadoras</p> <p>Motivación</p> <p>Búsqueda de nuevas ideas</p> <p>Arriesgarse al cambio</p> <p>Arriesgarse a la independencia</p> <p>Aportar por el progreso</p> <p>Atreverse a aprender</p> <p>Autoconfianza para relacionarse</p> <p>Actitud positiva</p> <p>Autoconfianza de la capacidad intelectual</p>	<p>Tipo: Básico</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: Explicativa</p> <p>Población: La población de estudio estará conformada por el total de alumnos de la escuela profesional de administración de la Universidad Nacional de San Martín, los que suman 685, según el reporte de alumnos matriculados al semestre 2022-I.</p>

<p>PE3: ¿Cómo se relaciona el efecto de la creación e innovación en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022?</p> <p>PE4: ¿Cómo se relaciona el efecto de la predisposición al riesgo en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022?</p> <p>PE5: ¿Cómo se relaciona la autoconfianza en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022?</p> <p>PE6: ¿Cómo se puede mejorar las actitudes emprendedoras y la capacidad de crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín?</p>	<p>OE3: Determinar la relación de la creación e innovación en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p> <p>OE4: Determinar la relación de la predisposición al riesgo en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p> <p>OE5: Determinar la relación de la autoconfianza en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p> <p>OE6: Desarrollar una propuesta para mejorar las actitudes emprendedoras y la capacidad de crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín.</p>	<p>HE3: El efecto de la creación e innovación se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p> <p>HE4: El efecto de la predisposición al riesgo se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p> <p>HE5: El efecto de la autoconfianza se relaciona en la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022</p> <p>HE6: La implementación de una propuesta mejorará las actitudes emprendedoras y la capacidad de crear empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022.</p>	<p>Capacidad para la creación de empresas</p>	<p>Conocimiento empresarial</p>	<p>Conocimiento para la creación de empresa</p> <p>Selección del sector</p> <p>Capacidad para tomar decisiones</p> <p>Creatividad e innovación</p> <p>Planificación de actividades</p> <p>Capacidad para delegar</p> <p>Negociación</p> <p>Conocimiento para negociar</p> <p>Conocimiento para liderar</p> <p>Conocimiento para invertir</p>	<p>Muestra: La muestra de estudio lo conformaron aquellos alumnos que desearon participar voluntariamente en el programa "Actitud Emprendedora", es decir 30 alumnos de la escuela de administración de la UNSM-Tarapoto.</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p> <p>Método estadístico: Análisis inferencial y descriptivo</p>
<p>Experiencia empresarial</p>	<p>Capacidad para generar una idea de negocio</p> <p>Aplicación de la idea de negocio</p> <p>Desarrollo de actitudes empresariales</p> <p>Mejoramiento empresarial</p>					
	<p>Motivación empresarial</p>	<p>Implementación de ideas</p> <p>Motivación para generar utilidades</p> <p>Autoemplearse</p> <p>Superación de la adversidad</p> <p>Superación de la insatisfacción</p> <p>Superación del fracaso</p>				
		<p>Dependencia laboral</p>				

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario sobre Programa “Actitud Emprendedora”

Buen día, estimado estudiante.

Se le solicita su apoyo para completar esta encuesta, con el objetivo de recolectar información sobre la Actitud Emprendedora, la cual será clave para el desarrollo de nuestra investigación.

Instrucciones:

Lea con atención cada enunciado y marque con una X la respuesta que más se asemeje a su apreciación. Recuerde que solo se marca una opción por ítem.

Asimismo, considere la siguiente escala de valoración:

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

Programa “Actitud Emprendedora”						
Dimensión: Necesidad de logro						
Indicador: entusiasmo por el logro						
1	Me siento orgulloso de mis logros alcanzados	1	2	3	4	5
2	Los retos que se me presentan los considero como fáciles de lograr.	1	2	3	4	5
Indicador: análisis del logro						
3	Siempre encuentro aprendizajes en los retos que emprendo.	1	2	3	4	5
4	No suelo desanimarme si no alcanzo los objetivos planeados.	1	2	3	4	5
Indicador: trabajo en equipo						
5	Me satisface contribuir a la mejora de resultados de los grupos de trabajo en los que participo.	1	2	3	4	5
6	Me agrada que mis grupos de trabajo cooperen en aras de un objetivo.	1	2	3	4	5
Indicador: interrelación para el logro						
7	Me agrada hacer conexiones interpersonales que me ayudarán a lograr mis objetivos.	1	2	3	4	5
8	Prefiero conocer expertos en áreas de mi interés que hacer amigos.	1	2	3	4	5
Dimensión: Control sobre los hechos						
Indicador: Aceptación de las debilidades						
9	Reflexiono sobre mis acciones después de haber logrado un resultado positivo o negativo.	1	2	3	4	5
10	Admito cuando cometo errores e intento subsanarlos	1	2	3	4	5
Indicador: autodependencia						
11	Soy artífice de los resultados que he obtenido en los proyectos que he emprendido hasta ahora.	1	2	3	4	5

12	No suelo culpar a la mala suerte ni al entorno adverso por los malos resultados que a veces obtuve.	1	2	3	4	5
Indicador: voluntad para emprender						
13	Estoy motivado para iniciar un emprendimiento	1	2	3	4	5
14	Estoy dispuesto a emprender incluso si encuentro dificultades	1	2	3	4	5
Indicador: capacidad para influenciar a los demás						
15	Suelo tomar el liderazgo en los trabajos de grupo.	1	2	3	4	5
16	La dirección es una labor que encuentro satisfactoria.	1	2	3	4	5
Dimensión: Creación e innovación						
Indicador: creación de oportunidades						
17	Muchas veces me encuentro pensando en oportunidades de negocio.	1	2	3	4	5
18	Es necesario usar mi tiempo en la creación de oportunidades para emprender.	1	2	3	4	5
Indicador: ideas innovadoras						
19	Me alegra pensar en ideas de negocio que otros no han tenido hasta ahora.	1	2	3	4	5
20	A menudo mis amigos y familiares piensan que soy creativo	1	2	3	4	5
Indicador: motivación						
21	Siento entusiasmo cuando se me ocurren nuevas ideas en los trabajos que realizo.	1	2	3	4	5
22	No me avergüenza ver que pienso diferente al resto.	1	2	3	4	5
Indicador: búsqueda de nuevas ideas						
23	Me expongo a situaciones y escenarios que despierten mi espíritu creativo.	1	2	3	4	5
24	Apoyo a mis compañeros cuando veo que tienen ideas nuevas sobre algún producto o proceso.	1	2	3	4	5
Dimensión: Predisposición al riesgo						
Indicador: arriesgarse al cambio						
25	Me parece excitante trabajar en escenarios de incertidumbre.	1	2	3	4	5
26	Considero aburrido un entorno en el que todo es predecible	1	2	3	4	5
Indicador: arriesgarse a la independencia						
27	Vale la pena tomar el riesgo de emprender.	1	2	3	4	5
28	Puedo sacrificar la estabilidad que supone un trabajo dependiente si esto me permite emprender mi propio negocio	1	2	3	4	5
Indicador: aportar por el progreso						
29	Estoy seguro de que puedo aportar para el progreso de otras personas que dependan de mí.	1	2	3	4	5
30	Tengo talentos que ayudarán al desarrollo de otras personas que están en mi entorno	1	2	3	4	5
Indicador: atreverse a aprender						
31	No me siento inferior al resto al cometer errores, pues encuentro utilidad en la retroalimentación	1	2	3	4	5
32	Estoy dispuesto a cometer errores si eso significa que aprenderé en el proceso.	1	2	3	4	5
Dimensión: Autoconfianza						
Indicador: autoconfianza para relacionarse						
33	Considero que las personas exitosas interactúan al igual que yo en las reuniones de negocios.	1	2	3	4	5
34	Tengo seguridad al sostener conversaciones con gente exitosa.	1	2	3	4	5
Indicador: actitud positiva						
35	Estoy confiado en que mis actitudes en las labores que me encargan son apropiadas	1	2	3	4	5

36	Mantengo la mente positiva incluso si las cosas no suceden como esperaba.	1	2	3	4	5
Indicador: autoconfianza de la capacidad intelectual						
37	Estoy seguro de mis conocimientos a la hora de emprender una actividad.	1	2	3	4	5
38	Tengo la capacidad de aprender rápidamente si hay algo que no entiendo o desconozco.	1	2	3	4	5
39	Puedo impresionar a otros con los resultados que obtengo gracias a mis capacidades.	1	2	3	4	5

Cuestionario sobre Capacidad para la creación de empresas

Buen día, estimado alumno.

Se le solicita su colaboración para completar la presente encuesta, con el propósito de recolectar información sobre la capacidad para crear empresas, la cual será clave para el desarrollo de nuestra investigación.

Instrucciones:

Lea con atención cada enunciado y marque con una X la respuesta que más se asemeje a su apreciación. Recuerde que solo se marca una opción por ítem. Asimismo, considere la siguiente escala de valoración:

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

Capacidad para la creación de empresas						
Dimensión: Conocimiento empresarial						
Indicador: conocimiento para la creación de empresa						
1	Conozco los requisitos que debo cumplir para la creación de una empresa.	1	2	3	4	5
2	Tengo conocimiento del proceso que se sigue para la creación de una empresa	1	2	3	4	5
Indicador: selección del sector						
3	Conozco el sector en el que quiero desarrollar mi empresa	1	2	3	4	5
4	Tengo entendimiento de los indicadores de interés que debo evaluar para seleccionar un sector de actividad para mi empresa.	1	2	3	4	5
Indicador: capacidad para tomar decisiones						
5	Estoy preparado para tomar decisiones estratégicas en situaciones de incertidumbre	1	2	3	4	5
6	Estoy dispuesto a tomar responsabilidad de las decisiones que tomaré en mi empresa.	1	2	3	4	5
Indicador: creatividad e innovación						
7	Considero que cuanto más innovador el producto mejor resultados obtendré en el desempeño de la empresa	1	2	3	4	5
8	Estoy dispuesto a ser pionero en un nuevo proceso de producción en la empresa.	1	2	3	4	5
Indicador: planificación de actividades						
9	Considero de suma importancia mantener organizadas las actividades a realizar	1	2	3	4	5
10	Estoy preparado para formular la planificación de actividades en las operaciones de la empresa	1	2	3	4	5
Indicador: capacidad para delegar						
11	Creo que hay momentos en los que deberé delegar funciones en la empresa.	1	2	3	4	5
12	Confío en mi capacidad para delegar funciones a las personas adecuadas para el cargo.	1	2	3	4	5

Indicador: negociación						
13	Tengo una habilidad natural para llegar a acuerdos con las personas	1	2	3	4	5
14	Me siento capacitado para cerrar tratos con otras personas de negocios	1	2	3	4	5
Indicador: conocimiento para negociar						
15	Creo que es importante que en los negocios ambas partes se vean beneficiadas	1	2	3	4	5
16	Debo ir preparado con un conjunto de conocimientos para ser más efectivo en la negociación.	1	2	3	4	5
Indicador: conocimiento para liderar						
17	Mantengo el liderazgo en los grupos de trabajo	1	2	3	4	5
18	Tengo la capacidad de motivar al resto para que cumplan sus funciones de la mejor manera	1	2	3	4	5
19	Siempre es necesario conocer las posturas de los demás trabajadores para que se sientan escuchados.	1	2	3	4	5
Indicador: conocimiento para invertir						
20	Tengo el conocimiento de la relación entre riesgo y rendimiento.	1	2	3	4	5
21	Tengo conocimientos sólidos en finanzas que me ayudarán en mis inversiones.	1	2	3	4	5
Dimensión: Experiencia empresarial						
Indicador: capacidad para generar una idea de negocio						
22	De mis anteriores trabajo he podido desarrollar ideas de negocios	1	2	3	4	5
23	Considero que la experiencia previa fue crucial para para volver sólidas mis ideas de negocio	1	2	3	4	5
Indicador: aplicación de la idea de negocio						
24	Tengo más conocimientos ahora después de haber trabajado en otras empresas.	1	2	3	4	5
25	Tengo la capacidad para aplicar lo aprendido, tanto en la universidad como en mi experiencia laboral.	1	2	3	4	5
Indicador: desarrollo de actitudes empresariales						
26	Aprendí como debo actuar en situaciones concretas gracias a mi experiencia laboral.	1	2	3	4	5
27	Considero importante la actitud sensata y positiva ante los nuevos retos de la empresa	1	2	3	4	5
Indicador: mejoramiento empresarial						
28	Pude identificar problemas en las empresas para las que trabajé para proponer mejoras	1	2	3	4	5
29	Creo que puedo tomar un papel más eficiente que el de mis anteriores jefes en la dirección de mi empresa	1	2	3	4	5
Dimensión: Motivación empresarial						
Indicador: implementación de ideas						
30	Mantengo una mente positiva ante la implementación de nuevas ideas.	1	2	3	4	5
31	Pongo en práctica mis ideas, pues sé que son útiles para contribuir a la sociedad.	1	2	3	4	5
Indicador: motivación para generar utilidades						
32	Estoy enfocado en generar beneficios para incrementar el valor de la empresa.	1	2	3	4	5
33	Considero que las ganancias que me traerá emprender son mayores que lo que ganaré como trabajador dependiente.	1	2	3	4	5
Indicador: autoemplearse						

34	No creo que deba sentir vergüenza por autoemplearme en mi propio reto de crear mi empresa.	1	2	3	4	5
35	Veo más ventajas en autoemplearme pues doy empleo a otros.	1	2	3	4	5
Indicador: superación de la adversidad						
36	Soy consciente de las dificultades que pueden darse durante el proceso de creación y desempeño de la empresa.	1	2	3	4	5
37	Tengo la capacidad para superar cualquier adversidad que se presente en el desenvolvimiento de la empresa.	1	2	3	4	5
Indicador: superación de la insatisfacción						
38	Soy consciente de que, a veces, tendré momentos de insatisfacción por los resultados económicos de la empresa	1	2	3	4	5
39	Estoy dispuesto a superar los momentos de desánimo e insatisfacción para mantener en marcha la empresa.	1	2	3	4	5
Indicador: superación del fracaso						
40	Todo fracaso implica aprendizaje.	1	2	3	4	5
41	Es necesario que haya fracasos para impulsar más los objetivos a alcanzar.	1	2	3	4	5
Indicador: dependencia laboral						
42	Prefiero la sensación de trabajar por mis resultados que para los de otros.	1	2	3	4	5
43	Es más satisfactorio ser mi propio jefe que trabajar para otros.	1	2	3	4	5

Anexo 4. Base de datos

Programa "Actitud emprendedora"																																											
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36	p37	p38	p39				
Estudiante 1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3			
Estudiante 2	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3			
Estudiante 3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	2	4	3	4	3	4	4		
Estudiante 4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3			
Estudiante 5	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	5	3	3	5	5	3	4	3	4	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4			
Estudiante 6	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2		
Estudiante 7	3	2	3	4	2	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3			
Estudiante 8	3	3	4	3	4	5	3	5	5	4	5	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3			
Estudiante 9	3	2	3	4	2	4	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2		
Estudiante 10	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4		
Estudiante 11	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4		
Estudiante 12	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	4	2	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4		
Estudiante 13	3	4	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3			
Estudiante 14	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4		
Estudiante 15	4	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4		
Estudiante 16	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2		
Estudiante 17	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	2	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2		
Estudiante 18	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3		
Estudiante 19	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3		
Estudiante 20	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1
Estudiante 21	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	
Estudiante 22	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Estudiante 23	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	
Estudiante 24	3	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	4	5	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	
Estudiante 25	4	4	2	3	3	4	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	
Estudiante 26	4	3	4	5	3	3	3	5	5	3	5	5	4	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	5	3	5	3	5		
Estudiante 27	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	
Estudiante 28	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	3	5	4	5		
Estudiante 29	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	5	3	5	3		
Estudiante 30	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4		

Capacitación para la creación de empresas																																																		
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	p36	p37	p38	p39	p40	p41	p42	p43							
Estudiante 1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2			
Estudiante 2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2				
Estudiante 3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2					
Estudiante 4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3				
Estudiante 5	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2				
Estudiante 6	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3		
Estudiante 7	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3			
Estudiante 8	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	4	5	3	5	3	3	4	3	5	3	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	5	3	5	3			
Estudiante 9	5	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	3	3	5	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3			
Estudiante 10	3	2	2	3	2	3	3	2	4	2	4	2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4		
Estudiante 11	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	3	5	4	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
Estudiante 12	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	5	4	5	4	3	3	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	2	3	2	
Estudiante 13	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	3	3	5	3	5	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5		
Estudiante 14	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	5	4	3	5	
Estudiante 15	2	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	2	2	
Estudiante 16	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	
Estudiante 17	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	
Estudiante 18	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	2	
Estudiante 19	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	2	3	2	3	4	3	4	2	3	4	2	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
Estudiante 20	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2
Estudiante 21	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2
Estudiante 22	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3
Estudiante 23	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2
Estudiante 24	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	
Estudiante 25	3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	3	3	2	3	2	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	2	2	
Estudiante 26	4	5	3	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	4	
Estudiante 27	5	4	5	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5
Estudiante 28	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3
Estudiante 29	3	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3
Estudiante 30	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5

Programa “Actitud emprendedora” y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

por Karla Patricia Martell Alfaro

Fecha de entrega: 09-feb-2023 10:58a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2010147496

Nombre del archivo: ricia_Martell_Alfaro_DOCTORADO_GESTION_EMPRESARIAL_30.12.22.docx (1.52M)

Total de palabras: 20502

Total de caracteres: 115048

Programa "Actitud emprendedora" y la capacidad para la creación de empresas en la Universidad Nacional de San Martín, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Nacional de San Martín Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	tesisymasters.cl Fuente de Internet	1%