Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado
Facultad de Ciencias Administrativas
Unidad de Posgrado

La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial

AUTOR

Mariella Elizabeth PUCH CORONADO

ASESOR

Dra. Emma Emilia PÉREZ PALACIOS

Lima, Perú

2023

Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Puch, M. (2023). *La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Mariella Elizabeth Puch Coronado
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	47040631
URL de ORCID	https://orcid.org/0000- 0001-9513-9301
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Emma Emilia Pérez Palacios
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	25606759
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-7846-7266
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Enrique Javier Cornejo Ramírez
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08201280
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Christian Mazzei Coria
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09679036
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Ana Gabriela Mansilla Grippa
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09996298
Datos de investigación	
Línea de investigación	D. 3.8.9 Emprendimiento y Formación Empresarial

Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Institución: Asociación Peruana de Impulso Empresarial País: Perú Latitud: -6.8699697 Longitud: 75.0458515
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Obligatorio. Abril 2020 - Abril 2022
URL de disciplinas OCDE	Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04 Teoría organizacional https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.03

ACTA DE SUSTENTACIÓN Nº 0026-UPG-FCA-2023

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

En la Ciudad Universitaria, a los dos días del mes de noviembre del año dos mil veintitrés, siendo las dieciséis horas, en el enlace https://zoom.us/j/95379995775?pwd=S3lQeG4yZW54RHlEbTNPWDVySi9lQT09 *emitido por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de SanMarcos; ante el Jurado Examinador,* **Presidido** *por el* **Dr. Enrique Javier Cornejo Ramírez,** *e integrado por los miembros:* **Dra. Emma Emilia Pérez Palacios (Asesora), Mg. Christian Mazzei Coria (Jurado), Mg. Ana Gabriela Mansilla Grippa (Jurado);** *el postulante al Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial, doña* **Mariella Elizabeth Puch Coronado,** *procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada:* ***"La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial-APIE, en tiempos de COVID- 19",*** *con el propósito de optar el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial.*

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61º** *del Reglamento para el Otorgamiento del Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial, los miembros del Jurado Examinador procedieron a asignar la calificación siguiente:*

Dieciocho (18) - Muy bueno

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas **optar** *el Grado Académico Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial, a doña* **Mariella Elizabeth Puch Coronado.** *Se extiende la presente Acta original y siendo las 17:06* **horas** *se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.*

UNMSM
Firmado digitalmente por CORNEJO RAMIREZ Enrique Javier FAU 20148092282 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02.11.2023 20:46:56 -05:00

Dr. Enrique Javier Cornejo Ramírez
Presidente

Dra. Emma Emilia Pérez Palacios
Asesor

Mg. Christian Mazzei Coria
Jurado

Mg. Ana Gabriela Mansilla Grippa
Jurado

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, **Emma Emilia Pérez Palacios** en mi condición de Asesora de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas acreditada con el Dictamen **N° 000508-2021-UPG-VDIP-FCA/UNMSM** de la tesis cuyo título es **"La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID- 19"**, presentado por la bachiller **Mariella Elizabeth Puch Coronado**, para optar el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial.

CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de **9 %** de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional**.

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Gestión Empresarial.

Dra. Emma Emilia Pérez Palacios

DNI N°: 25606759

DEDICATORIA

A mi querido padre Raúl Puch
quien con su ejemplo me
demostró que la vida es un
camino de oportunidades y retos
constantes, la cual debemos de
afrontar con actitud y pasión por
lo que hacemos.

AGRADECIMIENTO

A mi asesora, Doctora Emma Pérez Palacios, por su confianza y apoyo permanente a lo largo del desarrollo de la investigación.

A los emprendedores que formaron parte de esta investigación y que permitieron llevarla a cabo.

A quienes impulsaron mi camino hacia el campo del emprendimiento.

INDICE GENERAL

Dedicatoria I
Agradecimiento II
Indice general III
Lista de tablas V
Lista de figuras VI
Resumen VII
Abstract VIII
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN 1
1.1. Elaboración de la Situación Problemática 1
1.2. Formulación del Problema 5
1.2.1. Problema General 5
1.2.2. Problemas Específicos 5
1.3. Justificación 6
1.3.1. Justificación Teórica 6
1.3.2. Justificación Práctica 7
1.4. Objetivos De la Investigación 7
1.4.1. Objetivo General 7
1.4.2. Objetivos Específicos 8
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO 9
2.1. Marco Filosófico o Epistemológico 9
2.1.1. Estudio del Emprendedor 10
2.1.2. Etimología del Término “Emprendedor” y Acuñación en Diccionarios 11
2.1.3. Evolución Conceptual 12
2.1.4. Evolución Conceptual en Organismos Internacionales y su Regulación 14
2.1.5. Características del Emprendedor 15
2.2. Antecedentes de la Investigación 17
2.2.1. Antecedentes de la Variable Actitud Emprendedora 17
2.2.2. Antecedentes de la Variable Intención Emprendedora 20
2.2.3. Antecedentes de Emprendimiento en Tiempos de Aislamiento Social 23
2.3. Bases Teóricas 26
2.3.1. Literatura de Relación de Actitud, intención y conducta 26
2.3.2. Actitud 28
2.3.3. Intención 41
CAPITULO III: METODOLOGÍA 55

3.1. Tipo y Diseño de Investigación 55
3.2. Población de Estudio 57
3.3. Tamaño de Muestra 58
3.4. Técnicas de Recolección de Datos 59
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 62
4.1. Análisis de Confiabilidad 62
4.2. Estadística Descriptiva 63
4.3. Análisis de la Distribución de la Muestra 71
4.4. Pruebas de Hipótesis 76
4.4.1. Prueba de Normalidad 76
4.4.2. Prueba de Hipótesis 78
4.5. Discusión de Resultados 91
4.6. Contribuciones de la Investigación 102
4.7. Impacto de la Investigación 103
CONCLUSIONES 105
RECOMENDACIONES 111
FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN 114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 115
ANEXOS 133

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Alfa de Cronbach de las Dimensiones de la Variable X 62
Tabla 2. Alfa de Crombrach de las Dimensiones de la Variable Y 63
Tabla 3. Medidas de Tendencia Central de la variable Actitud Emprendedora 64
Tabla 4. Medidas de tendencia central de la variable Intención Emprendedora..... 65
Tabla 5. Tabulación de la Variable Actitud Emprendedora 66
Tabla 6. Tabulación de la Variable Intención Emprendedora 68
Tabla 7. Emprendedor Capacitado por APIE 72
Tabla 8. Sexo del Emprendedor Capacitado por APIE 72
Tabla 9. Nivel de Educación del Emprendedor Capacitado por APIE 73
Tabla 10. Rango de edad del Emprendedor Capacitado por APIE..... 74
Tabla 11. Región de Residencia del Emprendedor Capacitado por APIE 74
Tabla 12. Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la Variable Actitud Emprendedora 77
Tabla 13. Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la Variable Intención Emprendedora..... 77
Tabla 14. Correlaciones en parejas de Spearman 79
Tabla 15. Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Resiliencia e Intención Emprendedora 80
Tabla 16. Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Motivación de Logro e Intención Emprendedora 81
Tabla 17. Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Innovación e Intención Emprendedora 82
Tabla 18. Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Locus de Control Interno e Intención Emprendedora 83
Tabla 19. Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Autoconfianza e Intención Emprendedora 84
Tabla 20. Matriz de Correlación..... 85
Tabla 21. Resultados de la Prueba U de Mann-Whitney de Comparación por Sexo 86
Tabla 22. Resultados de la Prueba U de Mann-Whitney de Comparación por Tipo de Emprendedor 87
Tabla 23. Resultados de la Prueba U de Mann-Whitney de Comparación por Grupo Etario del Emprendedor 88
Tabla 24. Resultados de la Prueba Kruskal Wallis de Comparación por Región de Residencia del Emprendedor 89
Tabla 25. Resultados de la Prueba Kruskal Wallis de Comparación por Nivel Educativo del Emprendedor 90

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Directrices de funcionamiento de APIE 5
Figura 2. Factores que componen la Variable Actitud Emprendedora..... 33
Figura 3. Factores de la variable Intención Emprendedora..... 46
Figura 4. Secuencia metodológica del estudio para la generación de conocimiento dentro del paradigma positivista..... 57
Figura 5. Fórmula para la obtención de la muestra..... 58
Figura 6. Distribución de Niveles por Dimensión de la Variable Actitud Emprendedora 67
Figura 7. Distribución de Niveles por Dimensión de la Variable Intención Emprendedora 69
Figura 8. Porcentaje de Niveles entre la Variable Actitud Emprendedora..... 70
Figura 9. Porcentaje de Niveles entre la Variable Actitud Emprendedora..... 71
Figura 10. Distribución de las variables categóricas de la investigación. 75

RESUMEN

El desarrollo de los países presenta un vínculo relevante con la generación de unidades de negocio, dado que son estos emprendimientos quienes influyen tanto en el crecimiento económico como también en el social de los territorios. Lo descrito, no es una situación ajena para el Perú, el cual se ha visto caracterizado por el alto crecimiento de emprendimientos, así como de la propensión hacia el quehacer emprendedor; sin embargo el nuevo escenario gestado por el COVID -19 desarrolló un nuevo contexto para el ámbito empresarial, por lo que a través de la presente investigación se buscó establecer el grado de influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora de los emprendedores quienes habían sido capacitados por una organización del ecosistema de emprendimiento e innovación del Perú en tiempos de aislamiento social. Los sujetos de estudio estuvieron conformados por 243 emprendedores capacitados en las charlas de formación emprendedora y talleres brindados de manera virtual por la organización. Los principales resultados manifiestan que existe una relación fuerte y perfecta entre la actitud e intención emprendedora, de la misma manera se demostró la influencia de los factores de resiliencia, necesidad de logro, innovación, locus de control interno y autoconfianza con la intención emprendedora; siendo la autoconfianza quien presenta el mayor grado de relación significativa con la intención emprendedora. Los resultados no demuestran diferencia significativa entre variables sociodemográficas como: edad, sexo, nivel educativo, región de residencia y tipo de emprendedor con la variable intención emprendedora. El estudio demuestra que la potencial generación de emprendimientos no solo depende de la formación técnica, sino que se hace vital forjar el desarrollo de competencias personales como las actitudes del emprendedor, las cuales pueden ser forjadas en espacios académicos y/o de formación emprendedora.

Palabras Clave: Actitud Emprendedora, Intención Emprendedora, Emprendedor Peruano, Emprendimiento en tiempos de COVID-19

ABSTRACT

The generation of business units has a fundamental impact on the economic and social development of countries, particularly in one like ours which is characterized for being one of the countries with the highest entrepreneur activity rate in the world; however, the new scenario created by COVID - 19 presented a new context for the business environment, so through this investigation sought to determine the degree of influence of the attitude entrepreneurial in the entrepreneurial intention of the entrepreneurs who had been trained by an organization of the entrepreneurship and innovation ecosystem of Peru in times of social isolation. The study subjects were made up of 243 entrepreneurs trained in training talks entrepreneurship and workshops offered virtually by the organization. The main results show that there is a strong and perfect relationship between the entrepreneurial attitude and intention, in the same way the influence of the factors of resilience, need of achievement, innovation, internal locus of control and self-confidence with entrepreneurial intention; being self-confidence who presents the highest degree of significant relationship with entrepreneurial intention. The results did not show a significant difference between sociodemographic variables such as: age, sex, educational level, region of residence and type of entrepreneur with the variable entrepreneurial intention. The study shows that the potential generation of ventures not only depend on technical training, but it becomes vital to forge the development of personal competencies such as entrepreneurial attitudes, which can be forged in academic and/or entrepreneurial training spaces.

Key words: Entrepreneurial attitude, Entrepreneurial intention, Peruvian Entrepreneur, Entrepreneurship during COVID-19.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Elaboración de la Situación Problemática

En las últimas décadas, el emprendimiento ha tomado un importante interés, de manera progresiva a nivel global, lo cual ha devenido en la gestación desde el sector público, privado y la academia de diversas iniciativas que coadyuven no solo en la formación técnica del emprendedor, sino también, como manifiestan Chiavenato (2009), Robbins y Coulter (2005) y Robbins y Judge, (2013), en el desarrollo y fortalecimiento de sus competencias personales considerando que son indispensables para alcanzar los propósitos que los emprendedores se plantean en las unidades de negocio que lideran; por lo que el desarrollo y fortalecimiento de las competencias de los gestores empresariales es sumamente relevante, ya que como destacan Van Praag y Versloot (2007) son éstos quienes desempeñan un rol destacado en la sociedad, debido a su incidencia en distintos campos en el desarrollo de un país, como la productividad, generación de empleo y autoempleo, por mencionar solo algunos ejemplos.

Nuestro país, también es partícipe del apoyo y fortalecimiento del emprendedor, por lo que de manera progresiva ha creado incubadoras y aceleradoras de negocios, asociaciones de apoyo al emprendedor, centros de desarrollo empresarial, e incluso a nivel de la academia en mallas curriculares de determinados centros de estudios abocados a la formación en administración y/o gestión empresarial, en sus distintos niveles, los estudiantes reciben una formación que abarca además de los cursos de enfoque técnico, cursos orientados a conocer los factores que influyen en el comportamiento humano de los emprendedores, y fortalecer así sus competencias personales para un mejor desenvolvimiento en el ámbito empresarial y/o logro de objetivos en los negocios, coincidiéndose así con lo postulado a partir de 1950 por la

Teoría del Comportamiento de Simón Herebert, la Teoría Neoclásica de Peter Drucker y la Teoría del Desarrollo Organizacional de Bennis Warren, las cuales responden a las Teorías administrativas.

El emprendedor y el interés que tienen cada vez más personas de generar sus propias oportunidades a través de un negocio, ha sido puesto en relieve en importantes publicaciones a nivel internacional, así por ejemplo a través del reconocido reporte internacional *Global Entrepreneurship Monitor* el Perú es catalogado como el país que presenta un importante nivel de acción hacia el emprendimiento, ubicándose en el puesto 5 en el 2018 y puesto 8 en el 2019 como lo señalan Bosma y Kellyet (2019) y, conocido es también el espíritu emprendedor que caracteriza a los peruanos para poner en marcha un negocio por necesidad u oportunidad, que les permita contar con ingresos y también generar empleo y/o autoemplearse, contribuyendo así al desarrollo de nuestro país y la promoción empresarial.

Esta inclinación hacia la generación de negocios, ha hecho que el comportamiento del emprendedor, sea parte de diversas investigaciones quienes han orientado sus propósitos a conocer, por ejemplo, el grado de influencia de los factores que inciden en la intención emprendedora, tal como se ha evidenciado a través de la revisión del estado del arte en los aportes científicos nacionales de Radovich, (2017) y Echevarría (2020), los cuales se suman a los estudios internacionales sobre este fenómeno como el llevado a cabo en Indonesia por Mandgundjava (2009), en Vietnan por Phuong y Hieu, (2015), en Malasia por Zani et al. (2016) y en un país en vías de desarrollo del Asia, liderado por los investigadores Pakistnís B. A. Soomro y Shah, (2015).

En ese sentido, desde fines del 2019, estudios abocados a conocer, por ejemplo, el grado de influencia de diversos factores en la intención emprendedora, encuentran una nueva oportunidad para poder seguir siendo explorados, debido a que el emprendedor y/o gestor de negocios, como es sabido, se encontró frente a un escenario inesperado e incierto provocado por la pandemia; dado que las restricciones gubernamentales adoptadas para hacer frente a la misma, como las referidas al confinamiento de los habitantes a nivel global; tuvieron un fuerte impacto en distintas actividades, siendo una de ellas las empresariales. Por ejemplo en el caso del Perú, el costo del aislamiento y/o restricción social estuvo acompañado de diversas reacciones

de parte de los emprendedores, las cuales se materializaron a través del: cierre de las unidades de negocio, cambio de giro de negocio, postergación de inicio de actividades comerciales, continuidad de sus actividades empresariales, entre otros; todo ello en respuesta a este nuevo panorama.

Por ende, frente a esta problemática, se evidencia que la acción y/o comportamiento del emprendedor, ante este nuevo panorama, fue heterogéneo, lo cual haría suponer, teniendo en cuenta el estado del arte analizado, que dicho comportamiento podría deberse al grado y/o nivel de influencia en la intención emprendedora que han ejercido determinadas variables como la actitud del emprendedor, y sus factores tales como la resiliencia, necesidad de logro, locus de control interno, innovación y autoconfianza, los cuales encuentran asidero teórico, en el análisis de los aportes científicos en esta temática como por ejemplo la Teoría de la Actitud del Emprendedor, planteada por Robinson et al. (1991), la Teoría de la Acción Razonada de Ajzen y Fishbein (1980) la Teoría de la Conducta Planeada de Ajzen (1991); así como también en los aportes planteados por Chiavenato (2009), Robbins y Coulter (2005) y Robbins y Judge, (2013),Bagozzi (1981), Kim y Hunter (1993), De Noble et al. (1999), entre otros.

Por lo que, teniendo en consideración los estudios previos desarrollados sobre este fenómeno en un periodo anterior a la pandemia y en línea con continuar, profundizar y contribuir con la comunidad científica nacional e internacional estudiosa de esta temática, la presente investigación, pretende abocar su estudio en conocer el grado de influencia de la actitud emprendedora sobre la intención emprendedora en un escenario de incertidumbre, como ha sido el que se ha manifestado en nuestro país desde marzo 2020, mes en el que oficialmente se ordena de manera gubernamental la medida de cuarentena, la cual desde su inicio, avizoraba escenarios inciertos.

Para lograr este objetivo, se ha considerado tener como sujetos de estudio, a los emprendedores que han sido capacitados de manera virtual, desde el inicio de la cuarentena en nuestro país, por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE, organización que se encuentra constituida ante registros públicos como una organización privada y sus fines están orientados a la promoción de la cultura empresarial, gestión y promoción del emprendimiento en nuestro país a través de

cursos, charlas, talleres y otras actividades educativas de aprendizaje, tal como se desprende de su inscripción en SUNARP (2017).

Para el logro de sus propósitos, la organización desarrolla sus acciones de manera individual y también de manera colaborativa con otras organizaciones, a través de alianzas; logrando así, llevar a cabo actividades que promuevan sus fines de apoyo al emprendimiento junto a entidades públicas y privadas tales como: El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, a través de su oficina de promoción del emprendimiento; Municipalidad Metropolitana de Lima, a través de su centro de apoyo al emprendedor, la Biblioteca Nacional del Perú, Municipalidad de Lurín, a través de su Gerencia de Desarrollo Económico y La Universidad Tecnológica del Perú; además ha sido partícipe de actividades que promueven el desarrollo del emprendimiento en Latinoamérica tales como TIC- Américas y la Embajada de los Estados Unidos en Perú, en el caso de esta última a través de los programas ejecutados por su becarios del programa Jóvenes Líderes de las Américas. Por otro lado, desde APIE se considera que el apoyo a la investigación es sumamente importante para el desarrollo de las políticas de apoyo y promoción del emprendimiento en el país; en tal sentido ha colaborado con el Grupo de Investigación en Gestión Empresarial y Desarrollo Sostenible - GESO de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos con el fin de que sus emprendedores capacitados formen parte de sus investigaciones y de esa manera contribuir al desarrollo científico en el fuero de las ciencias administrativas.

Por otro lado, de acuerdo a la Base de Datos de la Asociacion Peruana de Impulso Empresarial (2022) a la fecha la organización ha logrado capacitar a 5655 emprendedores de manera presencial y virtual y durante la pandemia ha continuado con su propósito, mediante la capacitación a través de canales virtuales a emprendedores de las 24 regiones del Perú; respondiendo así a la necesidad del emprendedor peruano por adaptarse a un nuevo escenario empresarial.

A continuación, en la figura N° 1 se muestran los pilares en los que se basa la organización para el desarrollo de sus fines.

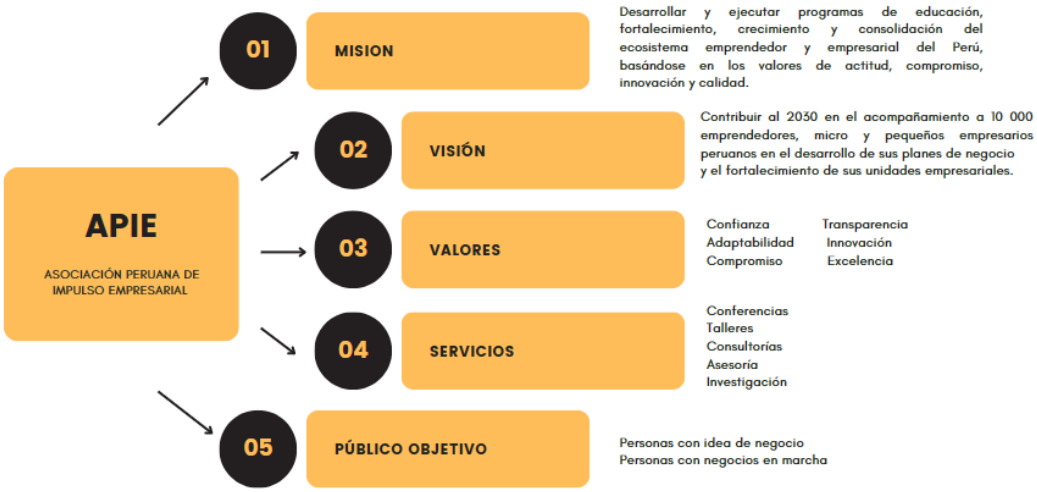

Figura 1. *Directrices de funcionamiento de APIE*

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el grado de influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cuál es el grado de influencia de la resiliencia en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial – APIE, en tiempos de COVID- 19?

¿Cuál es el grado de influencia del logro en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19?

¿Cuál es el grado de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19?

¿Cuál es el grado de influencia del locus de control interno en la intención emprendedora de los emprendedores capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19?

¿Cuál es el grado de influencia de la autoconfianza en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación Teórica

De acuerdo con la bibliografía, conformada por libros, tesis de maestría y doctorado, y artículos científicos nacionales e internacionales, revisados a la fecha; se ha podido denotar que la intención hacia el emprendimiento ha tomado especial relieve desde los distintos aportes científicos, así como también se ha podido conocer el nivel de influencia que ejercen sobre la intención en mención la actitud, la motivación, autoeficacia, innovación, locus de control, entre otros. Sin embargo, no se ha podido identificar, el desempeño de éstos respecto a la intención emprendedora en tiempos de incertidumbre o aislamiento social en el Perú y en sujetos de estudios que tienen negocios en marcha y/o idea de negocio en formación, especialmente desde el inicio de la cuarentena; dado que, frente a un nuevo escenario que nos llevó a un confinamiento y cese (parcial o total) de las actividades económicas (las cuales al día de hoy se siguen dando, aunque con reducción progresiva), la intención emprendedora puede mostrar otros resultados y/o evidencias en función al grado de influencia que se ejerce desde la actitud emprendedora y los factores de ésta que son considerados en el presente estudio tales como: resiliencia, necesidad de logro, innovación, locus de control interno y autoconfianza.

En tal sentido, en base a los estudios previos, teorías existentes y nuevo contexto al que se enfrentan los emprendedores, la presente investigación buscará conocer el grado de influencia que se ejerce sobre el constructo intención emprendedora, de parte de la variable actitud emprendedora y de los factores que serán materia de estudio.

1.3.2. Justificación Práctica

La presente investigación está orientada principalmente a contribuir con el ecosistema de formación a emprendedores de nuestro país, y a su vez busca poner en relieve la importancia que tiene el formar emprendedores, no solo con capacidades técnicas para el buen manejo de un negocio, sino a cultivar en ellos el desarrollo de una actitud emprendedora sólida, y un trabajo constante, de manera especial, en su autoconfianza, para que de esta manera el gestor de un emprendimiento o quien se encuentre frente a éste, pueda afrontar situaciones de incertidumbre que conllevan a experimentar circunstancias difíciles, retadoras o de adaptación al cambio, las mismas que se han manifestado en este periodo.

Finalmente, se considera que el resultado del presente trabajo de investigación, además de constituir un aporte para los emprendedores de APIE – Asociación Peruana de Impulso Empresarial, puede ser considerado, analizado y evaluado; particularmente, por organizaciones del ecosistema emprendedor de Perú y países de la región con quienes compartimos características similares en lo que respecta a los retos que afronta hoy en día el emprendedor; así como por las casas de estudios de nivel superior (universidades e institutos), a través de sus incubadoras de negocio o sus facultades de Ciencias Administrativas, para que éstas implementen y/o fortalezcan acciones de formación emprendedora con un enfoque en el desarrollo de las actitudes emprendedoras de sus estudiantes con el propósito de promover la gestación de unidades de negocio con las competencias personales requeridas, además de las técnicas.

1.4. Objetivos De la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar el grado de influencia de la actitud emprendedora en la intención de emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial -APIE, en tiempos de COVID- 19.

1.4.2. Objetivos Específicos

Determinar el grado de influencia de la resiliencia en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19.

Determinar el grado de influencia del logro en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19.

Determinar el grado influencia de la innovación en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19.

Determinar el grado de influencia del locus de control interno en la intención emprendedora de los capacitados en la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19.

Determinar el grado de la autoconfianza en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID- 19.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o Epistemológico

La temática seleccionada como materia de análisis dentro del marco filosófico es el Emprendedor, considerándose que es el sujeto de la investigación sobre el cual se analizarán los hechos. Además, porque sobre el emprendedor a lo largo de los años se ha devenido una evolución teórica, desde las distintas ramas que lo estudian y por su vínculo directo con la persona humana tema filosófico discutido desde los albores de la epistemología. Adicionalmente a lo anteriormente expuesto, es una temática que viene siendo discutida por la comunidad científica, cada vez más en las ciencias sociales y que va de la mano con una serie de preguntas que han sido y son materia de estudio, tales como: ¿Quién es el emprendedor? ¿Para ser emprendedor debo de tener formación en administración? ¿El emprendedor es un empresario y viceversa? ¿Emprendedor, empresario e inversionista son lo mismo? ¿El emprendedor nace o se hace? ¿El emprendedor solo tiene que manejar negocios con rentabilidad? ¿Se puede ser emprendedor trabajando para una empresa? ¿El emprendedor es el dueño del negocio? ¿El inicio de una empresa depende del emprendedor? ¿El emprendimiento es un campo de estudio que estudia al emprendedor? ¿El emprendedor es solo 1, o tiene categorías?

Las respuestas a las interrogantes expuestas pueden variar en función del campo de estudio del que se les aborde, así como del modo de pensamiento del que es estudiado ya que a decir de Bunge (1999) la respuesta que se le brinde a una determinada problemática se desprenderá primordialmente del enfoque que se haya empleado, por lo que no todas las investigaciones derivarán en una misma respuesta, sino que habrán factores previos que deberán de ser determinados por el investigador; siendo este modo de pensamiento o postura que comparte la comunidad científica, sobre un tema de estudio en particular, es lo que Kuhn (1971) denomina como "Paradigma". Es por ello, que a través de las siguientes líneas se buscará encontrar las

raíces epistemológicas del término emprendedor, su concepción, evolución conceptual, así como la posición actual frente a su definición; con ello se procurará responder a las interrogantes generales de la epistemología que a decir de Ramírez (2009) suelen explicarse con los argumentos que incidirán en la evolución del pensamiento en distintas etapas de la historia que gira sobre la temática de estudio, así como la exposición del conocimiento predominante del individuo; contribuyéndose así al fortalecimiento de la teoría del conocimiento y al marco filosófico sobre el tema.

En función a lo expuesto se evidencia que ciencia y filosofía convergen en el conocimiento tal como ha sido manifestado por Bunge (1999) quien además destaca que si una de estas ramas evoluciona tendrá un impacto inexorable en la otra.

2.1.1. Estudio del Emprendedor

El estudio del emprendedor se ha hecho presente en distintas disciplinas científicas y campos de acuerdo con lo que manifiestan Azqueta (2017), así como Herrera y Montoya (2013). Es así, que su estudio se encuentra en constante análisis y debate conceptual; por ejemplo, a decir de Gartner (2015) existen distintas perspectivas, teorías, métodos, hallazgos respecto a lo que es un emprendimiento; el emprendedor puede desenvolverse en distintos contextos por lo que al hablar de emprendimiento y emprendedor no existe un punto promedio que pueda ser generalizado. Por lo que se puede inferir que el emprendimiento es un fenómeno en desarrollo como manifiestan Baker y Welter (2015).

El actuar del emprendedor que se materializa a través del emprendimiento, ha sido estudiado desde hace muchos años, y para mencionar un punto de partida referencial tendríamos que remontarnos a los albores del comercio entre personas, tal como lo remarca Landström (2015).

Con respecto a su estudio académico, los campos en donde más ha sido explorado son: economía y psicología. En el campo económico esta temática encuentra evidencia de haber sido estudiada desde el siglo XVIII poniéndose especial énfasis en su función e impacto que tiene el emprendedor en el desarrollo económico, como lo indica Massey (1954); es así como el ejercicio del emprendimiento se ha

hecho más presente, a decir de Sánchez et al. (2017), para asistir a los diversos problemas de índole económicos que se hacen presentes en las sociedades, los mismos que evoluciones pero que encuentran amparo en el ejercicio de la actividad empresarial.. Por otro lado, en el campo de la psicología, al emprendedor se le considera como aquel que apunta hacia la realización personal y lograr sus metas personales, además de caracterizarlo como alguien que está en busca de las oportunidades, de acuerdo con lo expuesto por Solís y Castillo (2021).

2.1.2. Etimología del Término "Emprendedor" y Acuñación en Diccionarios

Evidencias sobre el origen etimológico de la palabra emprendedor son expuestas por Tarapuez y Botero (2007) quienes relatan que los albores del término provienen del idioma francés "Entrepreneur", el cual se remonta a principios del siglo XVI y que estaba orientado a la descripción de los hombres vinculados con las actividades militares, particularmente las expediciones. Así "Entrepreneur" aparece por primera vez en parte de la obra de Richard Cantillon quien describe este término y su rol dentro de la economía, antes de la segunda mitad del siglo XVIII, específicamente en 1730, cuando desarrolla su famoso ensayo sobre la *Naturaleza del Comercio*.

También existen investigaciones que señalan que este término inicialmente era acuñado a personas como el descubridor de América Cristóbal Colón, el cual desarrolló una serie de acciones para llegar al Nuevo Mundo sin tener pleno conocimiento acerca de qué iba a encontrar o esperar de éste; por lo que este término era empleado como sinónimo de aventura y de incertidumbre como lo exponen Herrera y Montoya (2013)

Previo al trabajo realizado por Cantillón quien vincula este término al campo económico, Savary incorpora el término "Entrepreneur" en el Direccionarlo Universal de Comercio de Savary de 1723, el cual define al emprendedor como aquel que se compromete con un proyecto, una persona que manufactura o un maestro constructor, de acuerdo a las investigaciones realizadas por Hébert y Link (2009).

Es preciso manifestar que hoy en día no hay término inglés a través del cual se haga una traducción del término entrepreneur, por lo que este término francés ha sido adoptado por la lengua inglesa.

Para el diccionario de la Real Academia Española (2021a) el emprendedor es aquel "Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras" y Emprender está vinculado con "Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro" (2021b).

2.1.3. Evolución Conceptual

Las fuentes bibliográficas indican que el estudio literario del término surge en el área de la economía, siendo Adam Smith el principal promotor de su conceptualización, la misma que está asociada a la inversión de un capital frente a una oportunidad en el mercado (como se citó en Massey 1954). Esta postura sobre el emprendedor, es fortalecida años después por la teoría económica, la cual destaca que el emprendedor es aquella persona que avizora las imperfecciones del mercado que hasta la fecha no han sido identificadas por los demás, manifiesta Kirzner (1982).

Para inicios del siglo XX, el emprendedor es aquel que compite en el mercado, se autoemplea y emplea a personas, además de ser aquel que producto de las ganancias obtenidas en el ejercicio de la actividad empresarial, las invierte; según manifiesta Clark (1907). Además, en este mismo periodo, se hace especial incidencia en aquello que diferencia a los emprendedores de quienes no lo son, siendo la adecuada gestión de la incertidumbre, el aporte de capital y la gestión de recursos aquello que conforma el concepto de emprendedor, por lo que, si únicamente se trata de administración de recursos por parte de una persona, esta acción no haría referencia al emprendedor, según señala Knight (1921).

Posteriormente, haciéndose referencia al emprendedor y el rol que desempeña en la organización, según manifiesta Schumpeter (1983) el emprendedor es la persona encargada de hacer funcionar una empresa, por lo que incluso éste puede ser un empleado o miembro del directorio. Por su parte, Cole (1959) indica que el emprendedor es la persona quien está comprometida con un proyecto, por lo que ese

compromiso puede verse reflejado al inicio, durante el desarrollo y/o fortalecimiento de una unidad empresarial, la cual apuesta por obtener rentabilidad.

En la segunda mitad del siglo XX, Drucker (1985) señala que son emprendedores aquellos que crean algo nuevo o algo diferente; transformándolo en valor, y a través de ello crean riqueza; manifestando a su vez que el emprendedor puede ser un empleador o empleado.

A inicios de la década del 90 se evidencia un panorama de diversidad de conceptos hacia el emprendedor, por lo que las definiciones que a la fecha existen sobre emprendimiento son diversas, de acuerdo con lo que manifiestan Robinson et al. (1991).

Para el siglo XXI, se desarrolla un enfoque más amplio sobre el emprendedor, así como de la personificación de éste, el cual no solo recae en aquel que está frente a un negocio. Por lo que, el emprendedor puede ser aquel posee una idea, tiene un modelo de producto a ejecutar, el administrador de un negocio e incluso el proveedor del capital para la inversión en un nuevo emprendimiento de acuerdo con lo que indica Zorrilla (2009). Asimismo, los recursos clave para emprender, no solo se abocan al capital como señalaba la teoría económica, sino que se hace presente el rol fundamental que juegan las competencias propias que tiene el emprendedor. Así, para Reinoso y Serna (2017), la definición de emprendedor se completa cuando se consiguen los resultados establecidos en el plan de trabajo del proyecto emprendedor; los autores remarcan a su vez que existen más probabilidades que un emprendimiento no llegue a buen puerto por causas del emprendedor, que por la idea o por el capital.

Por lo expuesto, el término “Emprendedor” ha ido evolucionando en el tiempo, desde aquellas concepciones que hacían referencia a los que venían al nuevo mundo sin certeza alguna, hasta las posturas modernas relativas a aquellos que inician una empresa y/o caracterizan a los que son innovadores, según manifiesta Castillo (1999). Además, es un tema sobre que el que se continúa profundizando su estudio; por ejemplo, ya que se encuentran investigando temas referidos a la tipología de emprendedores, entre ellos: los sociales, cívicos, entre otros; lo cual denota el

desarrollo del estudio del emprendedor no solo desde el ámbito económico como lo señalan Herrera y Montoya (2013).

2.1.4. Evolución Conceptual en Organismos Internacionales y su Regulación

Es menester destacar que este término ha sido recogido y desarrollado también por reconocidos organismos internacionales quienes han plasmado su posición frente al mismo. Así la Comisión Europea (como se citó en Ahmad y Seymour 2008) señala que el emprendedor es aquel que forma parte el proceso para el desarrollo de una actividad económica, la cual lleva consigo riesgo, creatividad e innovación, tanto en su creación como en su funcionamiento.

Por su parte el *Global Entrepreneurship Monitor* (2022) manifiesta que el emprendedor es aquel quien empieza o saca adelante su propio negocio, aquel que constantemente se encuentra en la búsqueda de oportunidades. Al mismo tiempo este reporte resalta que quien trabaja para una empresa si está vinculado al desarrollo de nuevos productos en el lanzamiento de una unidad de negocio, también es un emprendedor.

En Latinoamérica, refiriéndonos específicamente a nuestro país el marco legal no ha definido lo que es un emprendedor, como si lo ha hecho el vecino país de Colombia, como lo veremos líneas más adelante; sin embargo desde la creación del Programa Tu Empresa en el 2016, liderado por el viceministerio de MYPE e Industrias del Perú, se gestaron distintos cursos y actividades para fortalecer al emprendedor peruano, señalándose en la web oficial del Ministerio de la Producción (2021) que el reconocimiento de una oportunidad de negocio y el impulso de una idea que permita el aprovechamiento de la misma es lo que configura a un emprendedor, destacándose a su vez que el emprendedor reúne un perfil en particular que lo induce a sacar adelante una idea frente a una oportunidad. Es así como la concepción de la entidad a cargo del desarrollo de los lineamientos públicos abocados a la promoción e impulso de las micro y pequeñas empresas, así como del impulso de ecosistema de gestación de negocios, startups e innovación en nuestro país;, tiene un vínculo muy estrecho con la postura de Baker y Welter (2015) quienes señalan que el emprendimiento se trata de

una conduta gestada por la persona y que lleva en sí misma una forma particular tanto de actuar como de pensar.

Finalmente, a nivel de países de la región, en Colombia, por ejemplo, se ha gestado una legislación a través de la Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual define al emprendedor como "Persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva" (El Congreso de Colombia, 2006).

2.1.5. Características del Emprendedor

Tanto como ha sido debatido el concepto del emprendedor, no lo ha sido menos sus características, así, lo manifiestan Hébert y Link (2009). Los estudios sobre las características y competencias emprendedoras tuvieron un fuerte desarrollo en la investigación científica particularmente en los años 60 s y 70s, según Landström (2015).

Hay autores que coinciden en el perfil que debe caracterizar a un emprendedor y/o que éste debe de poseer para ser considerado como tal; o incluso discrepan entre sí. Para Schumpeter (1983) una característica inherente al emprendedor es su capacidad de innovación, las cual independientemente de la situación es ilimitada. Lo propio es destacado por Solís y Castillo (2021) quienes destacan que no se puede hablar de emprendedor sin vincularlo con la característica de la innovación, dentro de sus disertaciones señalan que particularmente en países que se encuentran en proceso de alcanzar su desarrollo solamente a un emprendedor se le vincula con la apertura de nuevos negocios, no asociándosele directamente con esta característica tan importante.

Para algunos autores la teoría de Schumpeter, es restrictiva en tanto enmarca a los emprendedores solo en negocios innovadores, causando confusión en lo que es realmente el emprendedor, de acuerdo a lo que manifiesta Peneder (2009).

El emprendedor exitoso debe de contar con características como determinación, visión, audacia y creatividad con respecto al futuro incierto que acarrea la actividad emprendedora señala Kirzner (1982).

Por su parte Alfred Marshall (como se citó Tarapuez y Botero 2007) destaca el carácter de liderazgo que tienen los emprendedores y la exposición que tienen frente a la incertidumbre.

Por lo expuesto en el presente marco filosófico, se denota la evolución del conocimiento científico sobre el emprendedor, sin embargo, este conocimiento está sujeto a la contribución de la comunidad científica que permita conocer nuevos resultados o evidencias, contribuyéndose así a la teoría del conocimiento, lo cual para Ramírez (2009) permite un mayor aprendizaje sobre el sujeto y objetivo materia de investigación.

El paradigma en el cual se desenvuelve todo estudio, fija las pautas para la investigación, siendo éste el caso del paradigma positivista el cual tiene como precursor a Augusto Comte y que, apuesta por el desarrollo del conocimiento a través de un orden lógico, basado en el enfoque cuantitativo como lo argumentan Hernández, Collado, et al. (2014).

Es preciso destacar que el optar por determinada corriente de pensamiento es motivo para que se brinden evidencias que pueden discrepar con otras corrientes de pensamiento como manifiesta Kuhn (1971) lo cual tiene sentido, con la certeza que en el conocimiento "la verdad en ciencia siempre es provisional" (Popper, 1972, p.72).

En tal sentido, teniendo en cuenta la evolución del pensamiento sobre el emprendedor, y en aras de continuar con este estudio, se propondrá un modelo que incluya distintas dimensiones que teóricamente han sido vinculadas con la actitud y la intención de emprender. La propuesta de distintas dimensiones encuentra apoyo en lo mencionado por Bunge (1999) cuando manifiesta que no solo se trata de dar por sentados los métodos o hipótesis que ya existen, éstos deben de ser cuestionados ya que en el conocimiento no hay nada definitivo, este pensamiento coincide con lo que el historiador y filósofo griego Plutarco remarcaba en una de sus más célebres frases

«El conocimiento no es una vasija que se llena, sino un fuego que se enciende» (como se citó en León, 2021).

2.2. Antecedentes de la Investigación

De acuerdo con Monje (2011) los antecedentes hacen referencia a cómo la investigación que se lleva a cabo encuentra apoyo en otras investigaciones que se han desarrollado en el campo de estudio; lo cual es muy importante pues permite que el investigador pueda identificar qué es lo que ya se ha investigado sobre el tema en cuestión.

En tal sentido, a continuación, se presentan los estudios realizados a nivel nacional e internacional sobre las variables de investigación, así como el desenvolvimiento de los emprendimientos en tiempos de incertidumbre como el generado a consecuencia del COVID-19.

2.2.1. Antecedentes de la Variable Actitud Emprendedora

Sobre esta variable se han identificado la tesis de Echevarría (2020) quien en su investigación titulada*: "Actitudes, orientación emprendedora y capacidad de aprendizaje"*, plantea como objetivo general exponer el vínculo existente entre actitud al emprendimiento, orientación emprendedora y capacidad de aprendizaje organizacional. En este trabajo el investigador aplica el modelo estadístico de prueba de hipótesis denominado ecuaciones estructurales, contando con unidades de estudio representadas por empresas de ubicadas en el país vecino de ecuador. El total de empresas que estuvieron bajo estudio fue de 430 y se empleó un cuestionario para el levantamiento de la información, arribándose a la conclusión que demostraba que afirmativamente existe el vínculo positivo entre actitud y orientación emprendedora.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que demuestra que existe vinculo correlacional entre las variables de estudio, las mismas que serán puestas a prueba en el presente estudio. Por otro lado, resulta interesante verificar que este tipo de correlación no solo es aplicado a personas naturales, sino que, a representantes de

personas jurídicas, por lo que la orientación emprendedora, conocida como intención emprendedora; puede aplicar a aquellos que ya forman parte de empresas y/o quienes dirigen negocios en marcha.

Por su parte, Siles (2020) en su tesis: *"Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo*", se propone como objetivo la demostración de la influencia de las características que son propias en un emprendedor y de determinadas variables de tipo sociodemográfico con la intención hacia el emprendimiento. En la investigación se tuvo como unidad de estudio a los estudiantes de una universidad privada, siendo en este caso la Universidad Peruana Unión. Los instrumentos de medición empleados para las variables de estudio fueron 2 cuestionarios. Respecto al total de participantes en la investigación fueron de 272 estudiantes. Como conclusión se tuvo que la intención de emprender de los estudiantes de la universidad en mención se ven influenciados por las características del emprendedor. Es preciso destacar que en esta investigación, particularmente en los resultados que se evidencian a consecuencia de su tercer objetivo, se determina que la actitud influye de manera positiva y además de ello significativa en la intención de emprender de las unidades de estudio.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que evidencia una relación significativa entre la actitud y la intención emprendedora, propuesta que se pretende determinar en el presente estudio.

De la misma manera se ha identificado la investigación de B. A. Soomro y Shah (2015) quienes en su investigación titulada *"Desarrollo de las actitudes y las intenciones en emprendedores potenciales"* se fijan como objetivo conocer el vínculo existente entre actitudes e intenciones emprendedoras. El estudio se desarrolla a través de una metodología cuantitativa, por lo que se aplicaron encuestas a los sujetos de estudio, los mismos que estuvieron representados por estudiantes de instituciones educativas superiores públicas y privadas de un país en vías de desarrollo del Asia. Producto del análisis de los datos se pudo determinar que existe correlación entre las actitudes y la intención emprendedora. Por otro lado, se determina en sus resultados y ulteriores conclusiones que la necesidad de logro, innovación, el locus de control y la

autoconfianza también presentan una correlación positiva con la intención emprendedora.

Esta investigación contribuye a la presente investigación pues pone en relieve la influencia que se ejerce en la intención emprendedora desde las actitudes, así mismo es de especial relevancia el uso de la Teoría de Ajzen, la cual está abocada a predecir el comportamiento humano, pues constituye uno de los pilares teóricos que coadyuvan al vinculo de los constructos principales de la presente investigación estudio. Asimismo, el estudio adquiere especial relevancia debido a que considera como factores de análisis a la necesidad de logro, innovación, locus de control y lautoconfianza, los mismos que también serán considerados en el análisis a efectuar, por lo que sus resultados serán sumamente valiosos para efectuar una comparación estadística que permita determinar si en contextos diferentes habría existido algún tipo de variación sustantiva entre la correlación de variables y factores.

Por otro lado, Radovich (2017) en su tesis: *"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"*, se plantea como propósito hallar la relación de la actitud emprendedora con la capacidad de creación de MYPEs de parte de los estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de administración en el 2015. La investigación fue desarrollada bajo un enfoque cuantitativo y se emplearon como instrumentos de recolección de datos 2 cuestionarios, siendo el total de participantes de 349 estudiantes. Producto de este estudio se concluye que existencia una asociación entre las variables actitud y capacidad de creación de MYPES, la misma que es positiva y significativa. Adicionalmente se pudieron identificar principalmente, una relación positiva y significativa de la necesidad de logro, locus de control interno, innovación y autoconfianza con la capacidad de creación de MYPEs.

Esta investigación contribuye a la presente investigación, ya que demuestra que existe una relación significativa entre ambas variables, por lo que la modificación en una de ellas influye directamente en la otra, lo cual constituye uno de los propósitos de determinación del presente estudio. Resulta interesante conocer como estudiantes presentan una orientación positiva hacia el emprendimiento al encontrarse culminando

su carrera; y la consideración de distintos factores que forman parte de la actitud emprendedora los cuales en su mayoría son adquiridos también en la presente investigación, tales como: necesidad de logro, creación e innovación y autoconfianza.

2.2.2. Antecedentes de la Variable Intención Emprendedora

Alvites et al. (2020) desarrollan la investigación titulada *"Factores personales y psicológicos que influyen en la Intención Emprendedora en estudiantes de la Universidad de Panamá".* Esta investigación plantea como objetivo evaluar los factores que permiten explicar a la intención emprendedora. Para lograr este propósito los investigadores adoptaron el análisis de Relaciones Múltiples. Los instrumentos de recolección de datos fueron 2 cuestionarios, los mismos que fueron aplicados a 474 estudiantes quienes fueron parte de la unidad de estudio y que conformaron la muestra representativa. Producto de la investigación se obtiene como resultados más resaltantes que el factor motivación es el que ocupa el nivel más alto frente a otros factores en lo que respecta la intención hacia el emprendimiento que pueda tener un estudiante. Por otro lado, de este estudio se desprende también que la actitud influye positivamente en la intención hacia el emprendimiento.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que evidencia la la especial relevancia del factor motivación el cual incide de manera relevante en la intención de emprender, lo cual podría implicar el uso de este factor como como parte de la medición del constructo actitud emprendedora. Por otro lado, se verifica que se cumple el objetivo general de la presente investigación, por lo que existe relación entre actitud e intención emprendedora.

En la investigación de Tarapuez et al. (2018b) titulada, *"Intención emprendedora y aspectos sociodemográficos en Colombia"*, se tiene como objetivo establecer la correlación de 15 variables sociodemográficas con la intención emprendedora, siendo algunas de ellas el sexo, la edad, la región de residencia y el grupo etarios de los sujetos de estudios, quienes son estudiantes de maestría en administración. Se obtuvieron 485 encuestas, las cuales se procesaron a través de las técnicas estadísticas de Análisis de Correspondencias Múltiples y Regresión Logística. Como resultados principales del estudio se obtuvo que son las variables de edad,

género, experiencia laboral, ambiente cercano y lugar de residencia son aquellas que influyen con mayor significancia con la intención emprendedora.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que permite que se pueda tomar como referencia para el desarrollo de la discusión en la sección de comparaciones a partir de factores sociodemográficos que también serán considerados en el presente estudio como: edad, género y lugar de residencia, por mencionar aquellos que coinciden con el estudio realizado en Colombia.

Por otro lado, Vásquez (2017) desarrolla la investigación titulada *"Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral"*. Esta investigación presenta como objetivo conocer los componentes en el ámbito motivacional como del ambiente cercano al individuo, en este caso universitarios adultos de 3 universidades del Perú, que impactan en su intención hacia el emprendimiento. El presente estudio se basa en la Teoría que predice el comportamiento desarrollado por Icek Ajzen y también en el estudio propuesto por Liñán, Urbano y Guerrero a través del cual plantean un modelo que determinaría la intención hacia el emprendimiento. A los antecedentes en los que se basa la investigación, se les añade nuevos componentes como la educación emprendedora, instituciones y normas legales. Las casas de estudio superiores de donde se recogieron los datos para su ulterior tratamiento fueron: Universidad Tecnológica del Perú, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y Universidad San Ignacio de Loyola. El instrumento de recolección de datos se vio materializado a través de un cuestionario completado por 871 estudiantes. Producto de la investigación se obtuvieron principalmente los siguientes resultados: El medio ambiente cercano, la educación hacia el emprendimiento, así como las normas legales e instituciones son los componentes de índole ambiental que inciden en la intención hacia el emprendimiento.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que muestra evidencia de los resultados que asocian a factores como la motivación y el medio ambiente cercano con la intención emprendedora en tiempos de no COVID- 19, lo que permitirá hacer una comparación de estas relaciones que también pretenden ser demostradas en el presente estudio.

Según el estudio efectuado por Santiago et al. (2017) titulado *"Perfil de los empresarios colombianos a partir de los datos del Global Entrepreneurship Monitor",* se propone como objetivo determinar la correlación entre distintas variables categóricas como edad, género educación, nivel de ingreso y las 4 clases de gestores empresariales que forman parte de la estructura empresarial del vecino país de Colombia, tales como : empresario intencional, naciente, nuevo y establecido. Como sujetos de estudio se evaluaron a ambos sexos, quienes tenían al menos 18 años hasta los 64. Los sujetos de estudio participaron de los cuestionarios realizados por el GEN entre los periodos 2006 al 2011. Entre los principales resultados del estudio se obtuvo que los empresarios quienes tenían propensión hacia el emprendimiento, conocidos como empresarios intencionales, se caracterizaban primordialmente por ser del sexo masculino, entre los 25 y 34 años y que la mayor correlación se hacía presente en aquellos sujetos de estudio que contaban con un nivel educativo superior, particularmente de posgrado.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que toma en consideración variables como edad, género y nivel de educación, lo que permitirá hacer una comparación de estas relaciones que también pretenden ser demostradas en el presente estudio.

En el estudio de Soria-Barreto et al. (2016) en el artículo científico titulado: *"Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia*", presentan como objetivo central determinar si las variables: autoeficacia, el control interno y la aversión al riesgo, explican la Intención Emprendedora (IE). El instrumento empleado para extraer los datos de estudio se vio materializado a través de una encuesta, la misma que fue aplicada a una muestra de estudiantes, lográndose obtener 229 respuestas que podían ser válidamente aceptadas. Los resultados demuestran que efectivamente existe relación entre ambas, pero no de un modo directo, sino indirectamente, a través del factor aversión al riesgo. De la misma manera, los resultados sugieren replantear el modelo tradicional de Intención Emprendedora, con modificaciones en varios aspectos. Al obtenerse los resultados, los investigadores destacan la importancia de promover nuevos modelos a través de los cuales se determine la Intención Emprendedora, de tal manera que futuras investigaciones se aparten de los modelos tradicionales aplicados en otro tiempo y contexto. De la misma

manera, los resultados evidencian que el factor tolerancia a la ambigüedad conocida por algunos autores como tolerancia al riesgo se configura como la dimensión más destacable entre aquellos que tengan la intención de liderar una unidad de negocio.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que toma en consideración factores determinantes que son considerados como determinantes en la presente investigación, además de argumentar el planteamiento de nuevos modeles predictivos de la intención emprendedora, lo cual permite que la propuesta de modelos en este estudio encuentre asidero.

2.2.3. Antecedentes de Emprendimiento en Tiempos de Aislamiento Social (COVID- 19)

Dado que la problemática a ser investigada limita su exploración en un contexto inédito como el provocado por la COVID-19, también se efectuó la búsqueda de publicaciones recientes sobre la misma y que delimiten su trabajo de manera exclusiva a este periodo, lográndose identificar los siguientes estudios científicos.

Gomes et al. (2021) plantean la investigación titulada: "*Abriendo la caja de negra de la intención emprendedora universitaria en la era de la pandemia de COVID- 19"*. Esta investigación tiene como propósito estudiar los factores que componen a la intención emprendedora en la academia y comparar los resultados de 2 momentos diferentes, antes y durante la pandemia del Covid-19. Bajo una metodología cuantitativa se aplica un cuestionario a estudiantes de educación superior; obteniéndose 596 respuestas validadas fueron recolectadas para el periodo antes de pandemia (abril 2017 y octubre 2019) y 518 respuestas válidas fueron recolectadas durante la pandemia del COVID 19 (entre junio y diciembre del 2020). Como conclusión se arriba a la constatación de que las dimensiones motivación, actitud hacia el comportamiento y control conductual percibido tienen un impacto positivo en la intención emprendedora durante la pandemia y las normas subjetivas tienen un impacto negativo en la intención emprendedora. Esta relación no cambia en el análisis de antes y durante la pandemia. Respecto a la dimensión de ambiente (interpretada en el estudio como la influencia que pueden tener personas cercanas al sujeto de estudio), se obtiene un resultado negativo en la intención emprendedora durante la pandemia,

lo que corresponde a la perdida de influencias positivas cuando se compara con el periodo anterior a la pandemia.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que permite conocer resultados de la intención emprendedora en tiempos de pandemia, el cual constituyo el periodo de tiempo del presente estudio. Asimismo, resulta relevante conocer de qué manera se diferencian y/o permanecen constantes los resultados pre-COVID- 19 y durante este periodo.

Por otro lado, Lopes et al. (2021) desarrollan la investigación: *"Intención Emprendedora antes y durante el COVID 19- El caso de estudiantes universitarios portugueses"*. Esta investigación presenta como principal propósito la comparación de la intención emprendedor de estudiantes, en este caso, de aquellos que se encuentran en la etapa universitaria en 2 contextos históricos cruciales: antes y durante la COVID-19. El cuestionario se convierte en el mecanismo que permite recolectar la información necesaria en ambos periodos de tiempo. Para el primer periodo se obtuvieron 596 respuestas válidas, mientras para el segundo 518. Este segundo periodo se desarrolló durante junio y diciembre del 2020. La conclusión de esta investigación comparativa logra evidenciar que el promedio de intención emprendedora en educación superior es mayor en época de pandemia que en época anterior. Se identifica que los estudiantes preferían ser emprendedores en este nuevo ambiente, así mismo durante época de pandemia los estudiantes se consideran que cuentan con mayores habilidades emprendedores que antes.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que permite identificar la postura de los sujetos de estudio sobre su decisión de emprender en tiempos de incertidumbre, lo cual toma especial relevancia pues permite que los resultados del presente estudio puedan ser comparados y analizar las habilidades que son más preponderantes durante este periodo.

Por su parte, Soomro et al.(2021) plantean la investigación: *"Impedimentos del Covid-19 y las Start ups en Pakistán Evidencias sobre la segunda Ola de la pandemia"*. Esta investigación busca resaltar los impactos negativos en cuanto al temor, stress, ansiedad y las percepciones de los emprendedores frente a la segunda

ola del covid-19. Para llevar a cabo el estudio se consideraron como sujetos de estudio a emprendedores de Pakistán, empleándose una encuesta online, obteniéndose 268 resultados. Como parte de los resultados se identifican un alto grado de efecto negativo de miedo en los emprendimientos, así como ansiedad y stress; lo cual tiene un impacto en desarrollar sus actividades empresariales de manera efectiva. De la misma manera se concluye que la percepción del panorama empresarial es negativa frente a los indicios de la segunda ola. Se resalta en la investigación que estos tres factores retrasan el desarrollo de las actividades empresariales.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que se relaciona con el planteamiento del problema que se menciona en la presente investigación, pues en éste se establece que los emprendedores se pueden haber visto afectados y por estos factores podrían cambiar o variar su intención emprendedora, lo cual se ha puesto en evidencia en la investigación desarrollada en emprendedores pakistaníes.

Finalmente, Lungu et al. (2021) efectúan la investigación: "*De la decisión a la supervivencia - cambiando el paradigma en emprendimiento durante la pandemia del COVID-19"*, la cual tuvo como objetivo determinar si y cómo el COVID-19 impactó en las nuevas oportunidades emprendedoras. La muestra seleccionada comprende a 42 países limitándose a los datos disponibles más recientes relacionados con la actividad empresarial durante la pandemia de COVID-19. Como conclusiones principales se obtiene que la literatura investigada y el estudio empírico desarrollado confirman la hipótesis de la investigación que la pandemia del COVID-19 incrementa las oportunidades emprendedoras. Las nuevas oportunidades emprendedoras durante la pandemia estuvieron influenciadas por factores como la respuesta empresarial, la respuesta del gobierno y la paralización de negocios durante la pandemia. También se concluye que el COVID-19, cambia el paradigma empresarial ya que la constante incertidumbre alrededor del mundo causa que los emprendedores decidan nuevos caminos de acción. Se destaca en la investigación que estas decisiones pueden (o no) haber asegurado la supervivencia de su actividad empresarial. También, producto de la investigación, se indica que la sobrevivencia en las actividades emprendedores tiene una fuerte relación con la capacidad de adaptarse ante la incertidumbre.

Esta investigación contribuye al presente estudio, ya que permite indirectamente señala que se crea un ecosistema favorable para el surgimiento de la intención emprendedora en tiempos de incertidumbre como la provocadas por el COVID- 19. Además de destacar algunas capacidades emprendedoras como la adaptación al cambio en tiempos de incertidumbre, lo cual tiene un vínculo directo con el factor resiliencia que es considerado como nuevo elemento dentro de los componentes del constructo de estudio, es decir, de la actitud emprendedora y que además influyen en la intención emprendedora de los sujetos de que fueron parte de la investigación.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Literatura de Relación de Actitud, intención y conducta.

Antes de dar apertura al desarrollo teórico de cada uno de los constructos que son materia de estudio, se expondrán las teorías y modelos científicos en lo que esta investigación encuentra sustento.

Estudios preliminares, desarrollados desde la década de los 70´s a los 90´s, como los que desarrolla Icek Ajzen marcan una pauta importante en el vínculo entre actitud, intención y comportamiento. Así, a la fecha, este autor se convierte en uno de los referentes más importantes en las investigaciones sobre la conducta humana y los factores que influyen en ella.

Ajzen (1987) pone en relieve como las actitudes habían tomado atención por parte de los psicólogos, con el propósito de dar a conocer los antecedentes del comportamiento humano; destacándose también en su estudio que la intención se convierte en el punto de partida para explicar el comportamiento. Las propuestas de Ajzen encontraba como principal antecedente un estudio previo al que denomina: la Teoría de la Acción Razonada, dada a conocer en la década de los 80´s, y que fue fortalecido años después a través de la Teoría de la Conducta Planeada, conocida también como la Teoría del Comportamiento Planificado, promovida a finales de los

80´s, la misma que se convierte en una de las más aceptadas y aplicadas en investigaciones que conducen a determinar el comportamiento del individuo.

Así por ejemplo, el postulado de la Teoría de la Acción Razonada de Ajzen y Fishbein (1980) , encuentra sustento en el postulado que existe un proceso analítico y sistemático (a nivel cognitivo en los seres humanos previo a la ejecución de una conducta, lo cual involucra también la preconcepción de las probables implicancias que se puedan gestar al llevarse a cabo una determinada conducta; siendo elementos clave la actitud y las normas subjetivas; en esta teoría se manifiesta que es la intención la determinante inmediata anterior al comportamiento, sin embargo se precisa también que no siempre existe una perfecta correlación entre intención y comportamiento. Esta teoría que nació en 1975 tuvo importante vigencia hasta el surgimiento de una nueva teoría la cual establecería parámetros más precisos para determinar la conducta humana: la Teoría de la Conducta Planeada de Ajzen (1991) en la cual se destaca que, desde las actitudes hacia el comportamiento, el control percibido y las normas subjetivas se pueden predecir con mayor exactitud las intenciones del comportamiento de los individuos. Ajzen (1991) señala que con la Teoría de la Conducta Planeada se pudo contribuir con los estudios sobre el comportamiento social del individuo con mayor precisión.

Por ello, la Teoría de la conducta planeada influye con mayor precisión en la intención del comportamiento gracias al haberse añadido la variable control conductual percibido, la cual no estaba incluida en la primera teoría desarrollada años atrás por el autor, de acuerdo a lo que manifiestan Madden et al.(1992)

Además de las investigaciones de Ajzen, en la década de los 80´s se gestan otras investigaciones que tienden a brindar soporte a la relación entre actitud, intención y conducta, pero considerando otros elementos clave que inciden en la mencionada relación, como los son: la experiencia, el espacio y tiempo de estudio. Asi, Bagozzi (1981) plantea que existe influencia entre las actitudes y el comportamiento de los individuos, pero no de manera directa ya que es necesario una influencia previa de estas actitudes en las intenciones de las personas. En su investigación, se evidencia que la influencia de las actitudes en la conducta mediante las intenciones se reduce en

caso existan experiencias previas y que los niveles de influencia dependerán del segmento (sujetos de estudio), tiempo y el contexto.

En la década de los 90´s, se confirman los planteamientos generales de Ajzen y Baggozi, a través de las investigaciones impulsadas por los científicos Kim y Hunter (1993) quienes precisan además, existe relación entre los siguientes 3 constructos: actitud- intención- comportamiento, destacándose además que el correlacionar la variable intención con comportamiento arrojaría resultados más fuertes y perfectos que aplicando una correlación destinada a evidenciar solamente el vínculo entre actitud y comportamiento; y de los estudios de De Noble et al. (1999) en el que se remarca que es la intención la consecuencia natural de las actitudes del individuo.

Finalmente, el vínculo entre actitud, intención y conducta teniendo como sujeto de estudio al emprendedor, se plantea en la investigación de Robinson et al. (1991) quienes proponen una teoría sobre la actitud, a la que denominaron *"Teoría de las actitudes emprendedoras".* Un enfoque que permite describir a los emprendedores desde la actitud, incluso más allá que características sobre la personalidad o demográficas, que comúnmente había sido empleadas hasta la fecha. Los autores reconocen que, si bien hay importantes estudios sobre el emprendedor desde los enfoques de personalidad y demográficos, este campo se encuentra en constante progreso, por lo que se hace necesario investigarlo desde la actitud la cual tiende a predecir tendencias en el comportamiento del individuo. En ese sentido los autores desarrollan la teoría de la actitud emprendedora, como una alternativa válida de estudio a los emprendedores y proponen un modelo que contiene 4 factores, los mismos que serán materia de estudio y puestos a prueba como parte de los componentes que pueden determinar a la variable actitud emprendedora frente a la intención emprendedora de los sujetos que forman parte del problema planteado en la presente investigación.

2.3.2. Actitud

Distintos autores han definido a la actitud como factor causante de las intenciones y conductas del individuo, otros han precisado que es la intención quien media la relación entre actitud y conducta; mientras que otros han puesto en relieve el rol que juegan las actitudes en el escenario empresarial, y su potencial variación en

función a la predisposición de la persona, sus experiencias y contexto. Las definiciones sobre la actitud han abordado también su rol como habilidad o competencia humana.

Las actitudes pueden ser positivas o negativas destaca Allport (1961) quien además considera a la actitud como aquel estado mental frente a un sujeto u objeto de referencia; el autor señala que las actitudes es uno de los conceptos indispensables dentro de la psicología de la personalidad. Por otro lado, el mismo autor manifiesta en su obra *"La Naturaleza del Prejuicio",* Allport (1971), que las actitudes que tenga una persona derivarán en una acción en determinado momento y que en el caso de las actitudes desfavorables, las acciones tiendan a ser hostiles; sostiene a su vez que es posible que el ser humano adapte sus actitudes a aquellas que tiene la mayoría predominante y que si el nivel de eficacia en los directores de empresa se encuentra bloqueado ello puede deberse tanto a sus actitudes y sus predisposiciones. En tal sentido, es muy importante el trabajo en las personas para el fortalecimiento de sus actitudes ya que como señala Chiavenato "Las organizaciones no existen sin personas" (2009, p.183). Profundizando en la óptica del comportamiento organizacional las actitudes constituyen un eje fundamental y de gran beneficio en la gestión de todo tipo de organizaciones como las empresas, ya que a mejores actitudes se tendrá una impacto directo en el desempeño de las organizaciones a decir de Molina-Sabando et al. (2016).

Dependiendo de la actitud del ser humano éste podrá responder ante situaciones difíciles de manera satisfactoria, manifiesta Frankl (2014). Sin embargo, esta respuesta ante determinadas situaciones, se ve influeciado por determinados factores; así lo expone Ander-Egg (2016) para quien la actitud se genera a partir de la convergencia de una serie de elementos de tipo social, cultural y moral dentro del cual convive el individuo ; y que de manera sistemática deriva en una predisposición de éste frente a los demás.

Actitud y emprendimiento se encuentran vinculadas ya que como manifiestan Robinson et al. "(…) La actitud es el mejor factor para estudiar el emprendimiento que tan solo aspectos de personalidad y demográficos" (1991, p.23).

El impacto de las actitudes en la conducta humana es destacada por científicos como Robbins y Judge (2013) quienes manifiestan que las actitudes inciden o tienen consecuencias en el comportamiento, haciendo referencia a lo último como la intención de comportarse de determinada forma hacia algún individuo, objeto o situación. Esta posición, encuentra asidero en investigaciones realizadas anteriormente, en la década de los 70´s, así Fishbein y Ajzen (1975) señalan que en efecto al hablar del comportamiento éste encuentra como agente promotor a las actitudes las mismas que son adquiridas por el ser humano a lo largo de su vida, y que se ve materializado en la forma como actúan frente a los retos u objetos que giren al alrededor de éste.

Por su parte, Chiavenato (2009) además de señalar que actitudes determinan el comportamiento humano, brinda a su vez importantes reflexiones que se inclinan a determinar que las actitudes son variables pues destaca que éstas pueden modificarse en función de tiempo y espacio.

Por otro lado, Maxwell (2014) confirma que actitud y comportamiento se encuentran vinculadas, precisando que son las actitudes las cuales se encuentran en un ambiente o fuero interno, es decir es parte de los procesos sistemáticos y cognitivos del individuo, el cual se ve materializado frente a los demás sujetos a través de la conducta. El mismo autor refuerza su postura indicando que es la actitud quien determina los niveles de éxito o fracaso el quehacer de la persona, por lo que debe de contar con niveles elevados al iniciarse una acción para que el resultado sea favorable.

2.3.2.1 Actitudes emprendedoras

Desde el campo de las Ciencias Sociales, desde hace 3 décadas, la actitud se ha visto vinculada con el emprendimiento, surgiendo así el constructo de la actitud emprendedora, el cual es remarcado por los científicos sociales como uno de los factores más importantes en la creación y desarrollo de un emprendimiento, destacándose que ésta tiene una incidencia en el quehacer emprendedor; tal como ha sido estudiado en las distintas fuentes bibliográficas consultadas que se expondrán a continuación.

Gran parte de los científicos, ponen su atención en la actitud emprendedora como factor indispensable en el camino del emprendedor que lo llevará a lograr el objetivo deseado: crear una empresa, tomar la decisión de llevar a cabo un proyecto o mejorar los procesos dentro de una organización ya existente. Así, por ejemplo, según Sánchez (2015) la actitud emprendedora se ve representada por la predisposición mental que tiene el ser humano ante la eventualidad de crear una empresa, lo cual involucra también el ánimo que se desprende del sujeto emprendedor frente a las oportunidad o retos que son parte del camino empresarial y que suelen ser relativamente permanentes durante éste. Por lo que, la actitud emprendedora es un constructo que contribuye directamente al perfil del emprendedor y que está directamente relacionado a la manera en cómo se desenvuelve el emprendedor frente a los distintos contextos y/o circunstancias que son parte de su entorno como lo expresa Durán (2013).

Los niveles en que se ve evidenciada a la actitud emprendedora, es expuesta por Reinoso y Serna (2017) quienes indican que algunas personas tendrán más actitud emprendedora que otras, por lo que serían más visionarias, tendrían mayor sentido de la oportunidad, disciplina, liderazgo, o se fijarán restos y orientarán los mismos a resultados, se mantendrán informados, pensarán diferente, entre otras competencias.

Sobre el impacto y formación de las actitudes emprendedoras, Leite et al. (2015) indican que el desarrollo de las actitudes contribuye a la formación de un emprendedor y que éstas se complementan con los conocimientos que éste puede tener.

Por otro lado, la conformación de la actitud emprendedora los estudiosos en el tema han adoptado distintos factores, los cuales apuntan a componerla; siendo algunos de ellos quienes expresan mayor incidencia o correlación que otros; por ejemplo Robinson et al. (1991), quienes fueron los promotores de una de las teorías más destacables sobre este constructo, destacan que son 4 los componentes que predicen de una manera efectiva a las actitudes emprendedoras, siendo los mismos la autoconfianza, innovación, el logro y el locus de control interno; además los autores manifiestan que éstas pueden verse influenciada por educadores. En tal sentido, los autores de manera indirecta destacan que el ambiente cercano puede ser parte de la

actitud emprendedora, particularmente si es vinculado con un ecosistema académico y/o de formación en negocios.

Por su parte Durán (2013) expresa que la actitud emprendedora está conformada por el optimismo, la proactividad, la persistencia, la creatividad y la innovación.

La presencia de los factores en este constructo puede ser distinto teniendo en cuenta la etapa en la que se encuentre el emprendedor, así lo manifiestan Alda-Varas et al. (2012) para quienes existen 3 fases en la cual pueden encontrarse los emprendedores tales como: exploración, gestión y concreción; en cada una de estas etapas los autores destacan componentes que resaltan y que permitirán un buen desempeño del emprendedor, así por ejemplo en la primera y segunda, se hace presente la propensión hacia el valor y esfuerzo a los requerimientos de planificación; mientras que en la tercera se hace presente la propensión a asumir riesgos así como la necesidad de logro.

Luego del análisis de los factores expuestos, el modelo tomado como principal referente en este estudio, es el propuesto inicialmente por Robinson quien considera como factores determinantes de la actitud emprendedora, al logro, la innovación, locus de control y autoconfianza, ello debido a que su estudio describe el impacto de dichos factores de forma directa con el nacimiento de la actitud emprendedora, además de ser el primer estudio que revela los factores que determinaban a este constructo, llegando a ser reconocido su modelo como "*Teoría de la Actitud Emprendedora"*; y porque encuentra sustento en el modelo que propone Ajzen sobre el impacto de las actitudes en las intenciones y éstas en el comportamiento. Adicionalmente ya que recoge a 3 de los factores más recurrentes considerados por los estudiosos en la materia.

Como factores determinantes de la actitud emprendedora además se toma en consideración un nuevo factor relacionado a la resiliencia, siendo uno de los constructos más puestos en relieve por la situación generada producto de la pandemia, debido a que es conocido que los emprendedores han afrontado a cambios impredecibles a su alrededor; y en la que su capacidad de resiliencia se ha puesto a prueba, como destaca Acuña (2021).

Lo expuesto encuentra sustento en los estudios bibliográficos relacionados a la producción científica sobre el fenómeno del emprendimiento en tiempos de pandemia, los cuales denotan que es la resiliencia uno de los mayores desafíos a los que se ve expuesta la persona emprendedora, particularmente en un contexto sin precedentes como el originado a raíz de la pandemia, de acuerdo al estudio de García-Río et al. (2021).

A continuación, en la figura N° 2 se muestran los factores que son considerados en la presente investigación como parte de la variable actitud emprendedora.

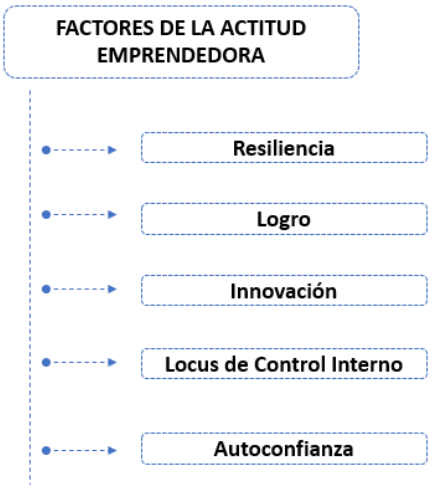

Figura 2. Factores que componen la Variable Actitud Emprendedora

2.3.2.1.1 Resiliencia

El origen de la palabra resiliencia lo encontramos en la rama de la física ya que se encuentra directamente relacionada con la elasticidad o flotabilidad de los cuerpos, materializándose en la recuperación de los mismos a su etapa o estado inicial, siempre que se detenga el actuar de los competentes que llevaron a deformarlo o modificar su estado, de acuerdo a lo que manifiesta Oriol-Bosch (2012). Según Becoña (2006)., los

albores de estos términos son acuñados a 2 campos de estudio como los son la física y la ingeniería civil, sin embargo la evolución del tratamiento del terminó permitió que su uso pueda también ser adoptado en las ciencias sociales.

No solo la rama de la física es a la que se le acuña el surgimiento y empleo del término, pues para autores como F. León (2015) la resiliencia proviene de los campos de la psiquiatría, psicología y sociología.

La resiliencia es considerada por gran parte de la literatura revisada sobre este tema, como aquella capacidad y competencia que se asume frente a determinadas situaciones que por su condición se caracterizan por ser por ejemplo retadoras.

Sobre este factor, la teoría más reconocida en el campo de las ciencias sociales y que se constituye como un referente para este tema, es la denominada "Teoría de la Resiliencia y Riesgo de Bernard", la cual expone el por qué algunas personas afrontan mejor el estrés y la adversidad, encontrándose respuesta en la resiliencia, de acuerdo a lo que manifiestan Fontaines et al. (2015).

La variabilidad de los niveles de resiliencia, se produce a partir de distintos factores; así para Henderson y Milstein (1996) ante el estrés, traumas, riesgos en la vida la resiliencia juega un rol importante y el comportamiento que asuma el individuo frente a éstas puede variar dependiendo de sus características personales como de los factores que se encuentren a su alrededor.

Además de hacer frente a circunstancias difíciles y/o a las adversidades, la resiliencia conlleva la adaptación de la persona frente a estas circunstancias que pueden ser dañinas según manifiesta Hollnagel (2006) y que requiere de estrategias y/o procesos que permitan afrontar tales perturbaciones señala Woods (2006).

Su conceptualización como actitud es destacada por autores como Martin (2020) quien indica que la resiliencia es una actitud que se materializa a través de un estilo de vida, que hace frente a situaciones complicadas o difíciles, y que parte de la capacidad de pensar de forma diferente al afrontar situaciones de incertidumbre.

Respecto al impacto que puede gestarse al no contar con este factor dentro del ecosistema del emprendimiento, Trías de Bes (2008) señala que no siempre los negocios suelen fracasar por faltas de competencias técnicas, sino por aspectos que están más relacionados a su entorno y forma de poder afrontarlo, siendo uno de estos aspectos el miedo o la falta de resiliencia de la personas frente a situaciones adversas.

2.3.2.1.2 Necesidad de logro

La literatura refiere que la necesidad de logro es conocida también como la motivación de logro, también en otras investigaciones lo podemos encontrar con la denominación logro.

La conceptualización de este factor principalmente está orientada a la inclinación que tienen los individuos hacia aquello que es desafiante o retador, y que les permite poner en marcha distintas habilidades para lograr el objetivo propuesto.

Uno de los principales estudiosos sobre este factor es David McClelland quien vincula a este factor no solo con el ámbito interno del individuo sino además con el ámbito empresarial. Así McClelland (1989) manifiesta que la motivación de logro está orientada a hacer las cosas de una manera mejor y que mientras más elevada sea la motivación de logro en las personas serán más poseedoras de un espíritu emprendedor y más proclives a promover empresa. Adicionalmente destaca que estudios en la India y en minorías de los Estados Unidos demuestran que la motivación de logro puede ser incrementada a consecuencia de una formación y/o entrenamiento.

En la Teoría de la Actitud Emprendedora de Robinson et al. (1991), se refuerza la postura de McClelland, respecto al vínculo entre logro y negocios, señalándose que el logro está asociado a resultados concretos del negocio y considera a este factor como uno de los que determina la actitud emprendedora e incide en la intención de emprender.

Por su parte, Luna-Arocas, (2002) sostiene que la motivación de logro es considerada como un elemento fundamental para el éxito empresarial y que caracteriza a los emprendedores pues al llevar a cabo una acción, éstos son proclives a que su

desarrollo se ejecute con éxito a diferencia de aquellos que no son emprendedores en lo que, en determinadas circunstancias, el miedo a que las cosas no salgan como se esperan cobra especial vigor.

Finalmente, diversos estudios confirman que la motivación de logro o necesidad de logro, como la denomina parte de la doctrina literaria, se vincula positivamente con la intención de emprender, no como único factor, sino acompañado de otros, tal como lo evidencian las investigaciones de B. A. Soomro y Shah (2015), Radovich (2017) y Phuong y Hieu (2015). De los Santos et al. (2017).

2.3.2.1.3 Innovación

Diversos autores han coincidido en que la innovación debe de estar asociada a lo único, especial, nuevo o a la búsqueda de oportunidades de una manera diferente. Así, Para Robinson et al. (1991) la innovación en los negocios se trata de hacer cosas nuevas y únicas.

Por su parte, para los autores Leite et al. (2015) una idea de negocio se requiere de cuatro elementos base: la creatividad, el emprendimiento, la agencia y asociabilidad. Dentro de estos cuatro elementos asocia directamente a la innovación dentro de la creatividad señalando que a través de ésta se trata de hacer cosas nuevas. De la misma manera para Drucker (2006) la innovación es una herramienta propia de los emprendedores a través de la cual generan el cambio como una oportunidad para desarrollar negocios diferentes, destaca el término de la innovación sistemática la misma que incide en la búsqueda y explotación de nuevas oportunidades las cuales son adoptadas por el individuo con el propósito de generar nuevas propuestas de valor que generen tracción en el mercado.

La innovación es aquella que tienen en sí misma desequilibrio continuo, de acuerdo a Schumpeter (1943); y puede ser desarrollado a lo largo de la vida de las personas, en tanto no nacemos como seres innovadores, según manifiesta Drucker (1985).

El vínculo innovación y emprendedor o emprendimiento, es sostenido por Lozano y Espinoza (2016) quienes señalan que un emprendedor tiene distintas características siendo una de ellas su capacidad de creatividad e innovación, la misma que puede ser entendida como la competencia del emprendedor de hallar diferentes maneras de solucionar los problemas.

Es preciso señalar que el vínculo entre actitud e innovación se le atribuye a Peter Drucker, así Sanchez (2006) señala que para Drucker la innovación es una actitud empresarial y a su vez constituye una actitud social. Otros autores también vinculan a la actitud y a la innovación, por ejemplo Flores (2011) sostiene que la innovación es una actitud de las personas y mientras más desarrollada esté, la consecuencia inmediata será el fortalecimiento de la innovación en las organizaciones. Por su parte Leite et al. (2015) manifiestan que una de las actitudes que deben de estar presentes en la formación del emprendedor es la innovación, acompañada de la persistencia, el no dejarse vender por situaciones difíciles, la creatividad, entre otros.

Respecto al impacto que puede tener la innovación en un negocio en marcha, Villacis et al. (2018) señalan que ésta es un componente que tiene un rol relevante en las decisiones que pueden resultar ser más competitivas para la empresa, reduciendo así los niveles de incertidumbre que se pueden generar en un momento de cambios, y que ello es lo que requiere la acción emprendedora para todos los miembros de un negocio. Al mismo tiempo los autores en mención señalan que la innovación dentro de una organización contribuye al éxito de esta, considerándose que tiene un doble impacto, por un lado, la tracción del mercado y/o clientes y por otro la elevación de los niveles de competitividad del negocio.

Finalmente, la correlación entre innovación e intención emprendedora, se pone en relieve en estudios como los de Krauss et al. (2018) quienes proponen un modelo teórico a través del cual la innovación conjuntamente con los factores relacionamiento con la empresa, motivación para emprender y las actitudes personales inciden en la intención emprendedora. También los estudios de B. A. Soomro y Shah (2015), Radovich (2017), Phuong y Hieu, (2015) y Zani et al., (2016), ponen en relieve la relación que existe entre este factor y la intención emprendedora.

2.3.2.1.4 Locus de control interno

El Locus de Control, ha sido acuñado a Julian B. Rotter por las contribuciones que ha efectuado al mismo dentro de la Teoría del Aprendizaje Social. Así Rotter (1966) manifiesta que el locus de control se refiere a una expectativa generalizada sobre la causalidad de los refuerzos o resultados, con un extremo del continuo unidimensional etiquetado como interno, y su opuesto, externo.

El locus de control, se hace presente a través de la forma de reacción que tienen las personas frente a determinadas circunstancias. Así para Lefcourt (1991) mientras algunos individuos suelen reaccionar de manera positiva frente a circunstancias difíciles, otras demuestran una reacción envuelta por emociones negativas.

Oros (2005) ejemplifica la clasificación de los tipos de locus de control, precisando que se hace referencia a locus de control interno en el caso de que la persona asuma la responsabilidad que los resultados que se generan su conducta se han dado como consecuencia de su propio accionar; lo cual lleva a la persona a sentirse y percibirse como competente y capaz de dominar un determinado acontecimiento; mientras que el locus de control externo se hace presente cuando la situación no es contingente con la conducta del sujeto, por lo que no son relevantes los esfuerzos que la persona haga o el grado de dedicación que haya volcado en alguna situación, pues el resultado será considerado como consecuencia de la "suerte" o el poder de los demás.

Por otro lado la ejemplificación de este factor, desde la óptica de las emociones es propuesta por Tracy y Stein (2018) cuando manifiestan que el factor que se desarrolla en esta sección se vincula con el éxito en la vida, felicidad, optimismo, entre otros; mientras que el locus de control externo está inexorablemente vinculado con los sentimientos de angustia, frustración, impotencia, por mencionar algunos de los ejemplos más resaltantes.

Principalmente el perfil del emprendedor se enriquece con el locus de control interno; así lo sostienen autores como Lussier y Achua (2016) quienes mencionan

como características de un líder a este factor. Esta afirmación puede ser extrapolada a los emprendedores quienes se caracterizan por poseer un liderazgo para la dirección de sus proyectos empresariales, así lo confirma Filion (2019) quien manifiesta que el locus de control interno es un distintivo adquirido y al mismo tiempo aprendido que se vincula tradicionalmente a los emprendedores. En la misma línea, como resultado de los estudios de Arévalo et al. (2018) se pone de manifiesto que el locus de control interno es una de las características de individuos que tienen un perfil emprendedor.

Respecto a la presencia del locus de control interno y la etapa en la cual se encuentra el emprendedor, Robinson et al. (1991) manifiestan que no solo este factor se hace presente en aquellos emprendedores que recién inicien un emprendimiento, ya que en el ejercicio en sí mismo del individuo a partir de la toma del control sobre su negocio. Por tanto, se puede inferir que el locus de control interno perfila al emprendedor quien se encuentra en etapa naciente (por ejemplo, idea de negocio en desarrollo) como aquel que se encuentra en la marcha.

El vínculo de este factor con la intención emprendedora, se hace evidente en el estudio de Krauss et al. (2020) dentro del cual se resalta que existe mayor posibilidad de que los emprendedores lleven a cabo sus propósitos empresariales, ello siempre que se tenga un elevado locus de control interno; destacando que el locus de control interno conjuntamente con la actitud personal y el contexto familiar y universitario tienen un efecto significativo y directo sobre la intención emprendedora.

Finalmente, otras investigaciones, como las de B. A. Soomro y Shah (2015), Radovich, (2017) y Phuong y Hieu, (2015) han demostrado la correlación estadística que existe entre el locus de control interno y la intención emprendedora

2.3.2.1.5 Autoconfianza

Según Sandoval (2020), por definición “la confianza” se refiere a un estado en la que el individuo cree en algo y posee la seguridad que las cosas se darán de manera positiva.

A lo largo de la investigación bibliográfica, se ha identificado a algunos autores que diferencian el concepto de autoconfianza con el de autoeficacia, así Haro (2019) destaca que la autoconfianza está relacionada a tareas generales a diferencia de la autoeficacia la cual se circunscrita a una tarea específica que se hace presente en el actuar del individuo. Mientras que otros autores hacen referencia a ambos términos de manera indistinta.

Para Bandura (1977) la autoconfianza es aquella que predice mejor el comportamiento de las personas y que disminuyendo todas aquellas situaciones de amenaza o agentes que provoquen ésta, se verá fortalecida.

Respecto a la relación de este factor con los negocios Robinson et al. (1991) manifiestan que autoeficacia es la confianza en uno mismo y la competencia individual en relación con un negocio. Por su parte, De Noble et al. (1999) destacan que es desde los años 90´s en el que este tema toma mayor interés por los investigadores, debido a que es un factor importante para abrir un negocio o hacerlo crecer. Por lo tanto, se puede inferir, que la presencia de la autoconfianza juega un rol preponderante antes y durante el ejercicio de una actividad empresarial.

Es preciso destacar que, distintas investigaciones ponen en relieve la relación existente entre autoconfianza y la intención emprendedora, tales como los estudios efectuados por B. A. Soomro y Shah, (2015) Radovich, (2017), Gomes et al. (2021) Laguía et al. (2017) y Da Fonseca, (2015).

Por otro lado, el estudio desarrollado por Zhao et al. (2005) revelan existe una influencia de este factor en la intención emprendedora, siempre que sea ésta un factor mediador entre experiencia previa del emprendimiento y propensión al riego. Asimismo, en su estudio se determina que no existe diferencia por sexo en la intención hacia el emprendimiento. Por el contrario, otras investigaciones como las de Soria-Barreto et al. (2014) indican que la autoeficacia no se vincula con la intención emprendedora de manera directa, sino que se debe de hacer presente una variable mediadora, como la propensión al riesgo para que exista esta vinculación positiva.

Sobre la identificación de las variables que tienen una función mediadora entre autoconfianza e intención emprendedora, Sánchez et al. (2005) manifiestan que la variable mediadora es la proactividad.

Por lo expuesto la influencia directa o a través de una variable mediadora de la autoconfianza en un ambiente de emprendimiento, es bastante significativa, como lo manifiestan Koellinger et al. (2007) al señalar que el elemento más importante que influye en la decisión de emprender es la autoconfianza, la cual aborda actividades como la confianza en las habilidades, en el conocimiento y capacidad de iniciar un negocio.

Finalmente, respecto a la función del género femenino frente a este factor, en la investigación desarrollada por Querejazu (2021) sobre el emprendimiento femenino en Bolivia, se demuestra que la autoconfianza es el factor que presenta un mayor grado de correlación frente al emprendimiento de las mujeres bolivianas. De la misma manera para Langowitz y Minniti (2007) en su estudio sobre la propensión emprendedora de mujeres, se manifiesta que aquellas que perciben tener las competencias suficientes para generar una idea de negocio y ponerla en marcha presentan mayor propensión a gestar un el emprendimiento.

2.3.3. Intención

La palabra intención o intencionalidad encuentra sus orígenes en el vocablo medieval “intentio”, según García (1986). De acuerdo con la literatura que se desprende del campo de la psicología se describe a la intención como el componente que puede predecir mejor el comportamiento del individuo, tal como lo han manifestado Chambi y Arohuanca-Percca (2019).

Distintos autores establecen que la intención emprendedora se encuentra en la esfera interna del individuo y que se materializa en la esfera externa siempre que exista un comportamiento u objetivo a lograr. Así Bird (1988) manifiesta que los caminos a ser adoptados por el individuos se desprenderá de la intención de éstos, los cuales traen consigo un cúmulo de experiencia que determinarán hacia donde el sujeto apuntará su

atención. Por su parte García (1986) señala que la intención es un acto mental, es decir un acto interno y se ve materializa través de una acción, la cual representa al acto externo, todo ello en un tiempo futuro.

Otros autores, hacen especial énfasis en el rol mediador representado por la intención entre los constructos actitud y conducta, precisándose así la variable que precede a la intención y cuyo vínculo entre ambas desembocan en una determinada acción, así lo destacan De Noble et al. (1999) quienes señalan además que la intención la intención deriva de las actitudes, y que el comportamiento deviene de la intención, por ende uno es resultado del otro.

2.3.3.1 Intención emprendedora

La intención emprendedora puede ser considerada como el paso inicial en el camino de emprender, lo señalan autores como Sánchez et al. (2005); o como etapa clave en el del proceso de emprender y en la formación de la conducta emprendedora, de acuerdo a lo que manifiestan Li et al. (2020).

El vínculo entre intención emprendedora y la decisión del individuo es puesto en relieve por Katz (1992) para quien este constructo se define como una etapa en la que se pone de manifiesto la inclinación vocacional, es decir, la elección que tendrá un individuo con la finalidad de ocuparse como asalariado o como autoempleado.

Por otro lado, el vínculo entre este constructo y el emprendimiento es destacado por investigadores como Fishbein y Ajzen (1975) quienes describen a las intenciones emprendedoras como aquellas que conllevan a crear un nuevo emprendimiento o crear una empresa propia.

También podemos encontrar otras definiciones, que vinculan directamente a la intención con acciones que se materializarán en el futuro con ideas de negocio o proyectos empresariales, por ejemplo Thompson (2009) remarca que este término se desprende de la decisión propia del individuo, la cual se caracteriza por conscientemente crear un negocio y/o ponerlo el marcha, lo cual involucra también el desarrollo de actividades necesarias para lograr este proceso, en algún momento en el

futuro; Ward et al. (2019) para quienes la intención hacia el emprendimiento es el deseo de una nueva empresa se geste, señalando a su vez que estas intenciones pueden darse también en un largo plazo; y Krueger (1993) quien manifiesta que la intención de emprender guarda consigo un compromiso hacia un tiempo ulterior que se verá materializado por la presencia o no de un nuevo emprendimiento o por la gestación de valor dentro de una unidad empresarial. Por tanto la intención emprendedora, en virtud de lo expuesto anteriormente, se desprende que este constructo es anterior a la conducta,, como destacan Liñán y Chen (2006).

Finalmente, uno de los estudios que diferencia con precisión los términos intención y conducta es el que desarrolla Li et al. (2020) quienes manifiestan que la conducta emprendedora se vincula con la toma de acciones tangibles, por lo que el logro de éstas, no se desprende solo de intenciones; por tanto las intenciones emprendedoras deben hacerse realidad para de esa manera se pueda crear el comportamiento emprendedor.

Sobre los factores que componen a la intención emprendedora, la doctrina destaca que es la Teoría del Comportamiento Planificado aquella que primigeniamente establece los factores que influyen en la intención, por lo que la intención se ve influenciada por 3 factores clave para Ajzen (1991); estos 3 factores son: primero por la actitud hacia el comportamiento, segundo por las normas subjetivas y tercero por el control conductual percibido. Sin embargo, producto de la revisión bibliográfica efectuada, otros estudios revelan nuevos modelos científicos propuestos como determinantes de la intención emprendedora, así como recomendaciones para emplear nuevos factores que determinen a la intención emprendedora considerando los distintos contextos.

Los factores que se encuentran asociados a este constructo son la propensión al riesgo, el locus de control interno y las habilidades de liderazgo manifiestan Contreras et al. (2017). Por su parte para Soria-Barreto et al. (2014) plantean que los rasgos de la personalidad los que mejor predicen las intenciones emprendedoras, siendo representados tales rasgos por: la autoeficacia, hacia la toma de riesgos y el locus de control en su dimensión interna.

También otras investigaciones hacen especial en la propensión al riesgo como uno de los factores que mejor predice a la intención emprendedora, tal es el caso de Sánchez et al. (2005) quienes proponen un modelo que consideraba como variables de la intención emprendedora, a la autoeficacia, proactividad y el asumir riesgos. De los 3 factores sus estudios revelan que es la asunción del riesgo la cual tiene una mayor relevancia considerándose que el individuo que está dispuesto a asumir el riesgo a fracaso tendrá una mayor tolerancia a situaciones de estrés; los autores remarcan que tanto la autoeficacia como la asunción del riesgo pueden considerarse los mejores predictores de la intención emprendedora.

Por su parte Jaimes et al. (2017) manifiestan que este constructo está conformado por variables sociodemográficas, psicológicas y socioeconómicas; en el caso de la primera variable se podrán encontrar factores como el estado civil, la edad, conocimiento del programa emprendedor y semestre; en el caso de la segunda variable se podrán encontrar como factores a la autoestima, la innovación y la propensión al riesgo y finalmente en el caso de la tercera variable se encuentra el factor de tendencia a la inversión.

La capacitación o educación emprendedora también es considerada como factor que compone la intención emprendedora en el modelo que propone Araya-Pizarro (2020). Por otro lado, en China Su et al.(2021) desarrollan una investigación en donde se determina que el apoyo de las universidades a los emprendedores fomentaría su intención emprendedora.

El contexto o la influencia de personas cercanas para predecir este constructo es manifestado por Sánchez–García y Hernández–Sánchez (2016) quienes destacan entre otros factores, dentro de las normas sociales percibidas la influencia que puedan tener los amigos, la familia, colegas, etc; en la intención hacia el emprendimiento.

Por su parte B. García et al. (2015) manifiestan que manifiestan que son 4 los factores que determinan a la intención emprendedora, los cuales se ven representados por el ambiente que rodea al sujeto, la actitud del individuo, el control conductual percibido y los años de estudio.

La oportunidad para identificar nuevos productos, influencia del contexto social en la decisión de emprender, el balance entre el ámbito laboral y el privado, y la motivación para la creación de empresas es propuesto por Echeverri-Sánchez et al. (2018) como modelo que predice a las intenciones emprendedoras.

La motivación también se hace presente como componente de la intención emprendedora en el estudio de Alvites-Huamaní et al. (2020) quienes además evidencia que resulta ser más efectiva al explicar al constructo intención emprendedora, en tanto la predice de la mejor manera.

En el presente estudio, como factores determinantes de la intención emprendedora se ponen de manifiesto principalmente al factor que ha estado presente en casi la totalidad de estudios que han sido revisados: la propensión al riesgo. Además, se tomarán en consideración de manera parcial el modelo que proponen Echeverri-Sánchez et al. (2018) quienes plantean a gran parte los factores que coincidentemente han sido empleados en otros estudios, tales como: influencia del contexto social en la decisión de emprender y la motivación por crear un emprendimiento. Finalmente, en este modelo de estudio se incorporan es conveniente incorporar otros factores, tales como: la tolerancia a la ambigüedad y capacitación, los mismos que han sido materia de investigación en algunos estudios pero que recobran especial interés en la presente investigación tomando en cuenta que el momento en que se desarrolla la investigación se ha evidenciado una alta gama de servicios de apoyo al emprendimiento online, particularmente orientados a la formación emprendedora, a consecuencia de la pandemia; y que es impulsado también por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial, quien desarrolla diversos programas de apoyo al emprendedor.

A continuación, en la figura N° 3 se muestran los factores que son considerados como parte de la variable intención emprendedora.

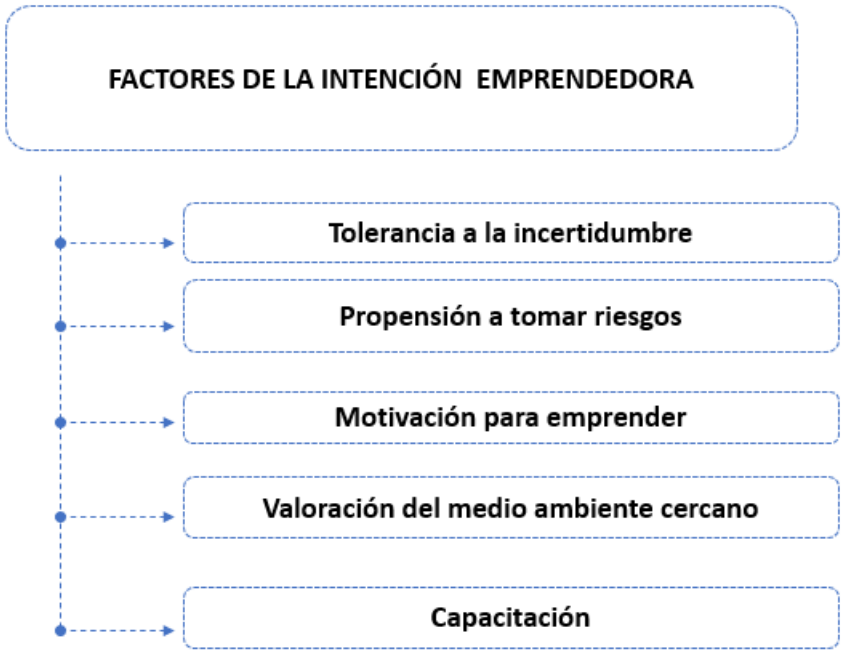

Figura 3. *Factores de la variable Intención Emprendedora*

2.3.3.1.1 Tolerancia a la incertidumbre

La incertidumbre, es una probabilidad desconocida de ocurrencia de un evento, manifiesta Jaafari (2001); mientras que para Stanley (1962) es conceptualizada como la tendencia a percibir situaciones dudosas como amenazas.

De acuerdo a Knight (1921) la incertidumbre tiene una definición distinta a la del riesgo, el autor hace incapié en esta diferenciación pues ambos son conceptos que en ocasiones se emplean de manera indistinta. Knight indica que al riesgo es posible asignarle algunas probabilidades tomando en consideración por ejemplo: estadísticas, experiencias pasadas, cálculos u otros; por otro lado en el caso de la incertidumbre ello no es posible, ya que se trata de una situación única; y que se caracteriza por tener como elemento condicionante al cambio. También este factor, es considerado como aquel que permite establecer el grado en el que un individuo puede aceptar los cambios, manifiestan Espíritu y Sastre (2008).

Otros autores vinculan directamente a este factor como uno de los más importantes en distinguir a quienes son o no son emprendedores, considerando así de que la tolerancia a la ambigüedad es uno de los pilares que conforman el perfil del emprendedor; por ejemplo De Noble et al. (1999) señalan que este factor caracteriza a los emprendedores, debido a que el emprendedor debe afrontar una serie de retos como la falta de información, rechazo y mensajes erróneos; por su parte Mitton (1989) indica que una de las características de los emprendedores es apostar por lo desconocido y en palabras de McMullen y Shepherd (2014) se manifiesta que no es algo extraño que la incertidumbre constituya un pilar muy importante en todas las teorías del emprendedor.

La relación de este factor con la intención emprededora es destacada por diversos científicos, tal es el caso de Jaimes et al. (2017) para quienes este constructo incide en la intención emprendedora y que además conlleva a la toma de decisiones frente a condiciones que pueden gestarse condiciones dificiles o nuevas; y recientemente López-Núñez et al. (2021) en su estudio sobre el perfil emprendedor, determina que uno de los rasgos psicológicos que incide en la alta o baja intención emprendedora es la tolerancia a la ambigüedad.

En tal sentido, la incertidumbre está intrínsicamente vinculada a la acción emprendedora como manifiesta Weber (como se citó en Parsons, 2020); siendo uno de los factores que se encuentra presente en el proceso de todo emprendedor.

2.3.3.1.2 Propensión a tomar riesgos

De la literatura revisada este factor es también identificado con otros nombres tales como: miedo al fracaso, o propensión a asumir riesgos, de acuerdo a como lo denomina Rocha y Giraldo (2015) o también como percepción del riesgo, según Maluk (2020).

Para Sánchez et al. (2005) este factor es definido como la disposición a asumir riegos de parte de un individuo.

La propensión al riesgo se asocia con uno de los rasgos de la personalidad y se le vincula con las situaciones que afronta una persona en su proceso de toma de decisiones, según Farhat (2020).

La propensión al riesgo entre emprendedores ha sido estudiada desde los años 70 como uno de los factores que diferencian a los que son emprendedores de quienes no lo son, señalan Contreras et al. (2017). Así, Nieß y Biemann (2014) destacan que el trabajo por cuenta propia (lo cual se puede asociar con el emprendimiento) lleva en sí mismo un riesgo. En el mismo sentido Maluk (2020) precisa que este factor el cual se presenta de manera constante en los emprendedores; siendo por ello reconocida como uno de los rasgos más presentes en el campo del emprendimiento, como manifiestan Rocha y Giraldo (2015).

Las conseuencias de obviar este factor en el camino del emprendedor, derivará en los bajos niveles de probabilidad de ser empresario, como indica Bhasin (como se citó en Maluk, 2020); sin embargo el considerarlo y asumirlo determina que los emprendedores tengan elevados niveles de compromiso de involucrarse en la actividad emprendedora destacan Segal et al.(2005).

Existen 3 niveles de riesgo, los cuales inciden directamente en la decisión del individuo de empezar un nuevo negocio, este nivel puede ser bajo, medio o alto; destaca Brockhaus (1980).

Es preciso indicar que este factor no solo se hace presente en la etapa inicial de creación de un emprendimiento, sino incluso cuando éste ya está operando en el mercado, ya que para Covin y Slevin (1989) la predisposición hacia la asunción del riesgo es una característica del comportamiento emprendedor el cual es más riesgoso que un comportamiento conservador y que se puede dar en aquellas firmas que tienen más solidez en el mercado.

La incidencia de la propensión al riesgo como factor determinante de la intención emprendedora, es destacado por los estudios de Contreras et al. (2017) quienes en los resultados de su estudio sobre la intención emprendedora en latinoamerica (Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), evidencian la

correlación existente entre propensión al riesgo e intención emprendedora; señalándose que aquellos con mayor disposición a tomar riesgos son aquellos que muestras mayor grado de intención emprendedora. Es así, que el riesgo es uno de los factores que es más proclive a frenar la fundación de una empresa, asociado a otros factores como la falta de financiamiento y experiencia, según manifiestan Cano et al. (2004).

Por otro lado, de acuerdo a la investigación liderada por Popescu et al. (2016) se señala que tanto la propensión de riesgo conjuntamente con la necesidad de logro juegan un papel importante en la determinación de la intención emprendedora. En su estudio los investigadores indican que las personas más jóvenes son quienes tienen mayor capacidad para tomar riesgos son las que se involucran en un ecosistema de emprendimiento, concluyendo que administrar un negocio, de por si requiere una gestión de riesgo.

2.3.3.1.3 Motivación para emprender

Antes de proceder con la explicación de este factor, es menester marcar la diferencia entre éste y el factor necesidad de logro, debido a que en ocasiones suele emplearse de manera indistinta. La necesidad de logro para Veciana (2005) es más general, pues hace referencia al interés que se crea en un individuo de que su accionar se encuentre bien conducido, lo cual conlleva al éxito del mismo; mientras que la motivación para emprender, conocida también como la motivación por crear empresa, es considerada como el primer paso que debe de seguir un emprendedor si desea iniciar un proyecto empresarial manifiestan Sánchez et al. (2012).

Pluralidad de autores, remarcan que existe un vínculo entre este factor y el que llega a ser emprendedor o empresario; por ejemplo Gibb y Ritchie (1982) indican que dentro de las 6 etapas para la creación de un negocio, la primera de ellas es el adquirir la motivación, la ejerce un rol estimulante para lograr el objetivo y tener el compromiso necesario para crear un negocio; y por ende convertirse en empresario.

La relación de este factor con la intención emprendedora, es puesta en relieve por José Sánchez et al. (2012) quienes resaltan que los motivos y/o factores que incidan en la motivación de una persona se verá reflejado en intenciones o comportamientos.

Lo motivación que lleva a emprender suele desprenderse de distintos factores, algunos de ellos internas, mientras que otras más asociadas a factores externos. Así, las motivaciones internas se asocian directamente a los sentimientos de poner en marcha una empresa, por ejemplo la pasión por emprender; y las motivaciones externas se vinculan a la respuesta que brinda la sociedad o recursos que se obtienen producto del emprendimiento, tales como: estatus social, aceptación comunitaria o dinero como manifiestan Carsrud et al. (2009).

A decir de Kantis et al. (2002) América Latina se caracteriza porque la motivación por emprender particularmente está fundamentada en: la autorrealización, mejora de ingresos económicos, contribución comunitaria, la independencia laboral, modelos de empresarios, status social y continuación de una tradición familiar.

Por su parte Sieger et al. (2014) como resultado de un estudio en el que estuvieron presentes 34 países, resalta que uno de los aspectos para lograr una intención emprendedora son los motivos personales que puede tener un individuo, tales como: la realización de un sueño personal, tener un trabajo emocionante, libertad, independencia tener un trabajo retador, crear algo, tener el poder de tomar decisiones, tener la ventaja de necesidades creativas , tener autoridad y en menor grado ser su propio jefe.

Finalmente, de acuerdo a Veciana (2005) el factor más importante que incide en la motivación por emprender, es el deseo de ser empresario y la necesidad de independencia, influyendo en éste último alejarse en relaciones de sujeción de un tercero, así como la libertad de decidir y tomar acción. Mientras que para José Sánchez et al. (2012) el proyecto empresarial puede constituirse en el principal motivo del emprendedor.

2.3.3.1.4 Valoración del medio ambiente cercano

En la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, las normas subjetivas se hacen presentes como uno de los factores que la componen, al respecto W. Kuehn (2008) manifiestan que este factor no solo está influenciado por actitudes culturales frente al emprendimiento, sino que también se ve influenciada por aquellos individuos que se encuentran alrededor, tales como: colegas, familia, amigos u otros.

Cuando el ambiente cercano de las personas es apoyado hay más probabilidad que la persona se sienta más inclinada para elegir el emprendimiento como una carrera, en tanto considerará que cuentan con la aprobación de su decisión de ser emprendedor señala Liñán (2008).

Se desprende que el entorno cercano o valoración del medio ambiente cercano, hace referencia a la familia, amigos, familiares con experiencia en emprendimiento, emprendedores modelos o el entorno universitario., señalan J. Romero et al. (2021).

La familia es uno de los grupos más resaltantes dentro de este factor, particularmente porque, la familia como destacan Benavides y Sánchez (2000) ejerce un rol fundamental en las intenciones emprendedoras en tanto es en éstas en donde se puede gestar un ambiente adecuado para el desarrollo de nuevos emprendimientos, lo cual podría originarse desde la tradición familiar o por modelos de empresarios familiares a seguir.

Es preciso poner en relieve que se han desarrollado estudios que no solo han hecho la precisión sobre la valoración del medio ambiente cercano no únicamente en individuos adultos o estudiantes universitarios, sino que también en menores de edad, especialmente en niños, en quienes se evidencia inclinación hacia el rubro empresarial, siempre que crezcan en un entorno familiar emprendedor. Así, para Zhang et al. (2014) los niños que crecen en una familia que tiene negocios son espontáneamente más expuestos al emprendimiento ya que escuchan, ven, sienten, conocen y entienden distintas eventos emprendedores. Esta experiencia previa familiar dentro del ecosistema emprendedor también puede influir en adultos, ya que para Contreras et al. (2017) aquellos estudiantes que tiene padres, hermanos o amigos cercanos quienes

cuentan con una empresa, se caracterizan por tener una mayor intención emprendedora.

En tal sentido, la influencia del entorno o los individuos cercanos a la persona se convierte en una de las variables más importantes de la intención emprendedora, particularmente cuando se trata de la experiencia de la familia en el campo del emprendimiento, tal como lo manifiestan Astudillo et al. (2021); y para Echeverri-Sanchez et al. (2018) quienes las personas toman las experiencias previas (sean estas positivas o negativas), particularmente de personas cercanas a ellas, generando esta acción un impacto en su incursión en el camino del emprendimiento o en su abstención frente a éste.

Otros autores extienden la influencia del entorno, considerando también a las organizaciones académicas, quienes imparten programas o cursos de emprendimiento, especialmente a universitarios, tal como manifiestan Laguía et al. (2019).

2.3.3.1.5 Capacitación

La capacitación es considerada como un factor clave que contribuye a mejorar el potencial de los emprendedores, así como en el nacimiento de los mismos, de acuerdo a lo que señalan Liñán et al.(2011); sin embargo ello no significa que un programa de emprendimiento tenga como consecuencia inmediata el deseo de emprender de parte de un individuo, y menos la gestación de una actividad comercial en el mercado, sostienen Fayolle et al. (2006).

Para Sánchez et al. (2017) la formación emprendedora se encuentra en constante progreso, y tiene una contribución importante en la cultura emprendedora lo cual impacta positivamente en la sociedad.

Respecto a las propuestas teóricas que vinculan a este factor como determinante de la intención emprendedora, se evidencian investigaciones que son heterogéneas debido a las conclusiones y resultados a los que arriban, como señala Lee

et al. (2018). Por lo tanto, algunos autores la relacionan como uno de los elementos complementarios, mientras que otros a través de sus investigaciones demuestran que si existe una relación importante entre capacitación e intención; por ejemplo, para Vélez et al. (2020)la formación emprendedora, de manera individual, no tiene incidencia relevante en la intención emprendedora, sin embargo, fortalece algunas de las competencias emprendedoras, así como las habilitades que requiere todo emprendedor.

Por otro lado, diversos estudios, si han destacado firmemente el rol que juega este factor como determinante de la Intención Emprendedora, por ejemplo en el de Asimakopoulos et al. (2019) en el que se pone de manifiesto que la educación emprendedora se asocia positivamente con la intención que se encuentra detrás de una actividad de emprendimiento o el de Nabi et al. (2018) quienes destacan que la capacitación tiene un impacto en el aprendizaje e inspiración hacia la intención emprendedora; lo cual también es confirmado en los estudios de Musetsho y Lethoko (2017).

Los materiales bibliográficos revisados, revelan que la capacitación o educación emprendedora tiene una influencia positiva también en otros ámbitos del camino de emprendedor o en el emprendedor en sí mismo; así, Oliveras et al. (2017) manifiestan que quienes llevan curso de capacitación en emprendimiento no solo reflejan una mayor intención emprendedora, sino que también reflejan mayor percepción de factibilidad y mayor propensión al riesgo al momento de emprender. Por su parte Sánchez–García y Hernández–Sánchez, (2016) destacan que la educación emprendedora permite que se puedan gestar las habilidades necesarias para emprender. Además del impacto en las habilidades, este factor también evidencia una contribución en las actitudes y cualidades personales destacan Fayolle et al. (2006).

Sobre las consideraciones que deben de estar presentes al diseñar una estructura de enseñanza sobre emprendimiento, Musetsho y Lethoko (2017) señalan que la malla de aprendizaje tiene especial relevancia, además de la invitación de expositores, la visita de los estudiantes a fábricas de emprendedores, así como promover un aprendizaje experimental. Por su parte, Sánchez et al. (2017) resaltan que la capacitación en temas de emprendimiento debe de basarse en aprendizaje

centrado en la solución de problemas auténticos, metodología basada en proyectos y trabajo en equipos cooperativos; y Liñán et al.(2011) apuestan porque la educación emprendedora debe de considerar el concepto de emprendimiento, el rol del emprendedor, así como el desarrollo de los negocios luego de ser start-ups.

Finalmente, es preciso señalar que se debe de tomar especial atención al contexto en donde se encuentre el individuo cuando se considere a este factor, como manifiesta Araya-Pizarro (2021) la educación hacia el emprendimiento influye positivamente en la intención de emprender, sin embargo se hace hincapié que el grado de influencia deberá de estudiarse en función del contexto en el cual se efectué la capacitación.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

La metodología que se hace presente en este estudio, se desprende de la corriente de pensamiento y/o paradigma positivista, la misma que de acuerdo a Hernández et al. (2014) considera al estudio de las ciencias de índole social desde un enfoque de tipo cuantitativo, el mismo que remarca que es posible la medición de los fenómenos que son materia de análisis, por lo que el análisis estadístico se hace necesario para el establecimiento de patrones en el comportamiento de una población, así como la ulterior corroboración de teorías, modelos científicos existentes o comparación otros estudios con un mayor nivel de exactitud.

En base al paradigma positivista, se desprende que el tipo de investigación corresponde al correlacional, en tanto estas investigaciones de acuerdo a lo que señalan Hernández et al. (2014) se encuentran orientadas a determinar, de la manera más precisa, la vinculación existente entre los constructos de estudio; y además es descriptiva dado que, estos tipos de investigación describen y analizan la composición de los fenómenos de estudios, como manifiesta Tamayo (2003). Es preciso destacar que de acuerdo a Hernández et al. (2014), Mejia (2005) y George y Mallery (2020) este grado de relación y/o asociación de variables puede ser explicada como positiva o negativa, significativa o no y también pueden ser descritas como fuertes o débiles, según el nivel de correlación que se devengan del análisis estadístico.

En cuanto al diseño de la investigación, Hernández et al.(2014) señalan que éste plantea estratégicamente la forma en la que se obtiene la información y se responde al planteamiento del problema. En ese sentido, en la presente investigación se emplea un diseño catalogado como no experimental, dado que ninguna de las variables es manipulada de manera intencional. Los datos son obtenidos y recogidos en su estado original (no teniendo la intención de provocarse alguna situación o condición) y en base a ello se responde a las hipótesis planteadas. Siguiendo la

clasificación de diseños no experimentales expuesta por el autor en mención, esta investigación responde a la de tipo transeccional, en tanto será una única etapa en la que se procederá con la obtención de la información.

En tal sentido, al desprenderse del presente estudio la medición de sus variables para conocer el grado de influencia entre éstas, se hará uso del enfoque cuantitativo, el mismo que responde al paradigma positivista, considerando que para lograr los objetivos de la presente investigación, será necesario un análisis estadístico de la correlación de los mismos, en donde los datos recolectados y su ulterior análisis, hará posible dar respuesta a las hipótesis planteadas, además de permitir corroborar las teorías precedentes, y conocer patrones de comportamiento humano con mayor nivel de confianza y/o exactitud como lo manifiestan Hernández et al. (2014). Adicionalmente el enfoque cuantitativo, permitirá la comparación de los resultados frente a otros estudios similares, que hayan sido llevados a cabo en contextos y/o escenarios distintos, por ejemplo, en un periodo anterior a la pandemia, enriqueciéndose así etapas como la discusión de los resultados.

Por lo tanto, la presente investigación responde a un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental transversal o transeccional.

A continuación, en la figura N° 4 se muestra la secuencia metodológica que permitirá arribar a los objetivos del presente estudio.

Figura 4. *Secuencia metodológica del estudio para la generación de conocimiento dentro del paradigma positivista*

3.2. Población de Estudio

De acuerdo con Tamayo la población de estudio es la "totalidad de un fenómeno de estudio (cuantificado)" (2003, p.173). Por su parte Hernández et al. (2014) destacan que al describir a una población ésta debe de ser muy precisa señalándose todas las características posibles; así ello tendrá un impacto en la determinación de los parámetros muestrales.

En ese sentido, la población que cumple con las especificaciones que dan respuesta al planteamiento del problema, del presente estudio, está comprendida por los emprendedores que han sido capacitados, en el periodo abril 2020 a abril 2022, en temas de emprendimiento y gestión empresarial por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE en tiempos en donde estuvieron vigentes las medidas frente a la pandemia global que los individuos inexorablemente han tenido que afrontar a consecuencia del COVID- 19. Entre las características que presenta la población podemos precisar las siguientes: residentes de Perú quienes pertenecen al género femenino y masculino, han asistido a los talleres virtuales desarrollados por APIE en

el periodo de estudio, producto de su interés por fortalecer sus conocimientos en emprendimiento y negocios, además que cuentan con un proyecto empresarial o negocio en marcha.

El total de personas capacitadas, en el periodo de estudio asciende a 981 de acuerdo a la Base de Datos de la Asociacion Peruana de Impulso Empresarial (2022).

3.3. Tamaño de Muestra

Tamayo (2003). manifiesta que la muestra representa de manera efectiva a parte de una población de estudio, la cual será un referente del perfil que posee la población.

Siguiendo a Sabino (1992) la selección de la muestra será de tipo intencional la cual permite la selección de las unidades de manera arbitraria. Además se trata de una muestra estadísticamente representativa, ya que ésta de acuerdo a Hernández et al. (2014) permite generalizar o extrapolar los resultados obtenidos.

Además, la presente investigación emplea un tamaño de la muestra probabilístico, pues de acuerdo a lo que explica Hernández et al. (2014) las de este tipo son las más usuales en diseños de investigación, y los elementos muestrales tienen valores que coinciden con los de la población.

Siguiendo la fórmula para la obtención de la muestra:

$$n = \frac{N \; z^2_{1-\alpha/2}\, p(1-p)}{(N-1)B^2 + z^2_{1-\alpha/2}\, p(1-p)}$$

Figura 5. *Fórmula para la obtención de la muestra*
Fuente. Figura tomada de Barreno et al. (2013)

En donde:

N = 981, Tamaño de la Población

Nivel de confianza = 0.95 %

Z = 0.975, Probabilidad Acumulada
E o B = 0.05 Error de muestreo o error máximo permitido en la estimación
p= 0.7 probabilidad de ocurrencia del fenómeno

Se obtiene como tamaño de muestra:

n = 243

Por lo tanto, producto de la aplicación de la fórmula el tamaño de la muestra está compuesto por 243 emprendedores capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial, en el período abril 2020 y abril 2022. Esta muestra es estadísticamente representativa, de tipo intencional y probabilística simple.

3.4. Técnicas de Recolección de Datos

Para Sabino (1992) los instrumentos de recolección de datos hacen referencia a cualquier elemento empleado por el investigador para poder acercarse a los fenómenos y extraer de los mismos información.

Por ello, en el presente estudio, el instrumento es un cuestionario, siendo éste uno de los instrumentos de recolección de datos más empleados en el campo de las ciencias sociales según indican Hernández et al. (2014). Este cuestionario identifica algunas variables sociodemográficas, como tipo de emprendedor, sexo, nivel de educación. Región de residencia y grupo etario, además de constar de 40 preguntas, las cuales miden las 2 variables en estudio: actitud e intención emprendedoras y sus respectivas dimensiones. (véase el anexo N°4).

Respecto al tipo de preguntas que se han empleado en el instrumento de recolección de datos fueron aquellas que Monje (2011) denomina como de estimación, las mismas que se caracterizan por presentar grados a elección del emprendedor.

En este caso en particular la escala de grados fue presentada en el siguiente orden:

1 Muy en desacuerdo
2 En Desacuerdo
3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
4 De acuerdo
5 Muy de acuerdo

En función a lo descrito el emprendedor pudo seleccionar la escala con la que encontró mayor afinidad, de acuerdo con la escala de Likert. (del 1 al 5).

Es preciso destacar que el instrumento de recolección de datos ha sido validado por docentes universitarios con amplia experiencia empresarial, además de directivos de la Asociación Peruana de Impulso empresarial quienes cuentan con experiencia directa en la formación de los emprendedores, cumpliendo de esta manera con el requisito de juicio de expertos que debe de ser tomado en consideración al desarrollar un instrumento propio para la investigación, el mismo que toma en cuenta el contexto actual, tiempo y público al que se dirige el estudio, evitándose de esta manera emplear otros cuestionarios que se encuentren fuera del contexto ya que a decir de Hernández et al. (2014) ello constituye un caso común que potencialmente podría afectar la credibilidad del cuestionario, instrumento elegido en este estudio. Asimismo se ha empleado el "Coeficiente del Alfa de Cronbach" para determinar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos, ya que como señala Hernández et al (2014). permitirá establecer un coeficiente que determinará el grado y/o nivel de confiabilidad.

También, se emplearon fichas de trabajo virtuales, las cuales han sido de utilidad con el propósito de sintetizar o resumir la información bibliográfica clave relacionada a las variables de estudio, así como para mantener un orden cronológico de las teorías e investigaciones que se van gestando respecto a ellas.

Finalmente, los datos fueron trasladados desde el formulario Google docs. al programa Excel para luego ser tabulados y analizados con los softwares SPSS (Paquete

Estadístico para las Ciencias Sociales), versión 26 y Minitab 19; cuyos resultados serán presentados en el capítulo que sigue a continuación.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach, el cual es empleado en los análisis estadísticos para medir la consistencia interna de las variables; usualmente éste varía entre 0 y 1, y si los resultados arrojan un acercamiento a 1 ello significará una mayor consistencia de las preguntas como sostienen George y Mallery (2019).

Las reglas que usualmente considera este análisis se basan en la escala que sigue a continuación:

α > 0.9—Excelente
α > 0.8—Bueno
α > 0.7—Aceptable
α > 0.6—Cuestionable
α > 0.5—Pobre
α < 0.5—Inaceptable

A continuación, se presentan los resultados que se derivan de la aplicación del Alfa de Cronbach, para la variable actitud emprendedora, lo cual permitirá conocer la escala de confiabilidad en la que se encuentra.

Tabla 1. *Alfa de Cronbach de las Dimensiones de la Variable X*

Alfa de Cronbach
0.9131

Fuente. Elaboración propia

El coeficiente Alfa de Cronbach aplicado muestra un resultado de 0.91, el que según la interpretación de George y Mallery (2019) tiene una confiabilidad de "excelente", porque es mayor a 0.9; por lo tanto se puede arribar a la conclusión de que el instrumento que se ha empleado en el estudio es aceptable, considerándose los resultados de la consistencia interna que se ha obtenido.

A continuación, se presentan los resultados que se derivan de la aplicación del Alfa de Cronbach, para la variable intención emprendedora, lo cual permitirá conocer la escala de confiabilidad en la que se encuentra.

Tabla 2. *Alfa de Crombrach de las Dimensiones de la Variable Y*

Alfa de Cronbach
0.9052

Fuente. Elaboración propia

El coeficiente Alfa de Crombach aplicado muestra un resultado de 0.9052 , el que según la interpretación de George y Mallery (2019) tiene una confiabilidad de "excelente", porque es mayor a 0.9; por lo tanto se puede arribar a la conclusión de que el instrumento que se ha empleado en el estudio es aceptable, considerándose los resultados de la consistencia interna que se ha obtenido.

4.2. Estadística Descriptiva

De acuerdo a Hernández et al. (2014) uno de los primeros pasos a aplicar en el tipo de investigaciones cuantitativas, es la estadística descriptiva la cual permite identificar los valores que se han obtenido para cada una de las variables y sus respectivas dimensiones. Así los resultados a obtenerse derivarán en la descripción de las frecuencias de cada una de las variables.

En tal sentido, seguidamente se procede a exponer los resultados que se derivan de cada uno de los elementos que conforman la tendencia central de la variable actitud emprendedora, los cuales han sido obtenidos con el apoyo del software estadístico Minitab versión 19.

Tabla 3. *Medidas de Tendencia Central de la variable Actitud Emprendedora*

Variable	Conteo total	Media	Varianza	Mínimo	Mediana	Máximo	Modo	N para moda
X Actitud E.	243	87.272	145.529	21.000	88.000	100.000	84; 100	19

Fuente. Elaboración propia

En la tabla N° 3, producto de los 243 datos que conforman la muestra se observa que las medidas de tendencia central de la variable actitud emprendedora, presentan una media es de 87.27, lo que significa que éste es el promedio aritmético de los puntajes de esta variable de acuerdo con la base de datos.

Por otro lado, a la luz de los resultados, la mediana es de 88, siendo este puntaje el centro del rango de datos.

Finalmente, la distribución es bimodal, ya que se cuenta con 2 modas, siendo éstas 84 y 100, por lo que estos valores son los que se repiten con mayor frecuencia de acuerdo con la observación de los datos de esta variable.

En la tabla que sigue a continuación, se exponen los resultados que se derivan de cada uno de los elementos que conforman la tendencia central de la variable intención emprendedora, los cuales han sido obtenidos con el apoyo del software estadístico Minitab versión 19.

Tabla 4. ***Medidas de tendencia central de la variable Intención Emprendedora***

Variable	Conteo total	Media	Varianza	Mínimo	Mediana	Máximo	Modo	N para moda
Y Intención E.	478	84.725	152.130	20.000	86.000	100.000	91; 100	23

Fuente. Elaboración propia

En la tabla N° 4, producto de los 243 datos que conforman la muestra, se observa que las medidas de tendencia central de la variable intención emprendedora, teniendo como resultados que la media es de 84.73, lo que significa que éste es el promedio aritmético de los puntajes de esta variable de acuerdo con la base de datos.

Asimismo, a la luz de los resultados, la mediana es de 86, siendo este puntaje el centro del rango de datos. Finalmente, la distribución es bimodal, ya se cuenta con 2 modas, siendo éstas 91 y 100, por lo que estos valores son los que se repiten con mayor frecuencia de acuerdo con la observación de los datos de esta variable.

En la tabla que se expone a continuación, se presentan los conteos identificados para la variable actitud emprendedora en sus niveles alto, medio y bajo; con su respectivo porcentaje; esta medición permitirá conocer el número de ocurrencias en cada uno de los niveles mencionados a partir de la base de datos.

Tabla 5. *Tabulación de la Variable Actitud Emprendedora*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	2.06
Medio	13	5.35
Alto	225	92.59
Total	243	100

Fuente. Elaboración propia

Los resultados de la tabla N° 5, muestra como resultado que el 92.59% de los emprendedores cuentan con una actitud emprendedora alta, mientras que el 5.35% con un nivel medio y el 2.06 %.

En el siguiente gráfico, se presentan los porcentajes que corresponden a las frecuencias de cada una de las 5 dimensiones que forman parte de la variable actitud emprendedora, lo cual permitirá identificar el comportamiento porcentual en niveles de la resiliencia, logro, innovación, locus de control interno y autoconfianza.

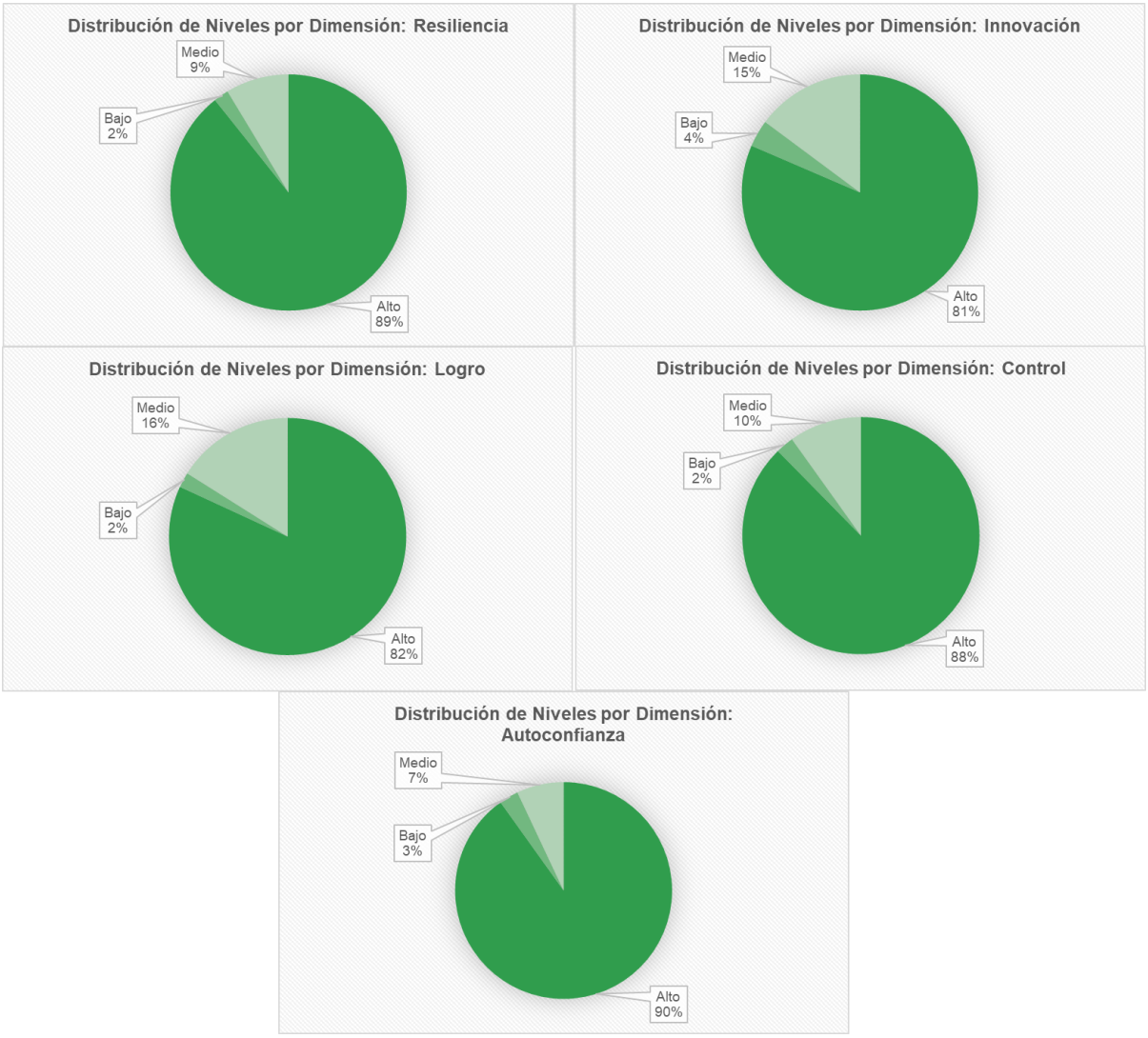

Figura 6. *Distribución de Niveles por Dimensión de la Variable Actitud Emprendedora*

Nota. Los porcentajes han sido presentados en números enteros.

En la figura N°6 se puede observar que existe un similar comportamiento particularmente en las dimensiones autoconfianza, resiliencia y locus de control, que son las que presentan niveles de frecuencia entre el 88% y 90% respectivamente. Los niveles bajos cuentan con el menor porcentaje en todas las dimensiones no superándose el 4%, mientras que los niveles medios se mantienen en el 2 orden porcentual en la tabla de frecuencias con un porcentaje mínimo de 7% en la dimensión autoconfianza y máximo del 15% en la dimensión innovación.

En la tabla que sigue a continuación, se presentan los conteos identificados para la variable intención emprendedora en sus niveles alto, medio y bajo; con su respectivo porcentaje; esta medición permitirá conocer el número de ocurrencias en cada uno de los niveles mencionados a partir de la base de datos.

Tabla 6. *Tabulación de la Variable Intención Emprendedora*

Niveles	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Bajo	5	2.06
Medio	25	10.29
Alto	213	87.65
Total	243	100

Fuente. Elaboración propia

De lo expuesto en la tabla 6, se obtiene que el 87.65% de los emprendedores encuestados manifiestan un nivel alto de intención emprendedora, un 10.29% con un nivel medio y un 2.06 % cuenta con un nivel bajo.

En el siguiente gráfico, se presentan los porcentajes que corresponden a las frecuencias de cada una de las 5 dimensiones que forman parte de la variable intención emprendedora, lo cual permitirá identificar el comportamiento porcentual en niveles de la Tolerancia a la ambigüedad, el riesgo, la motivación por crear empresa, valoración del medio ambiente cercano y capacitación.

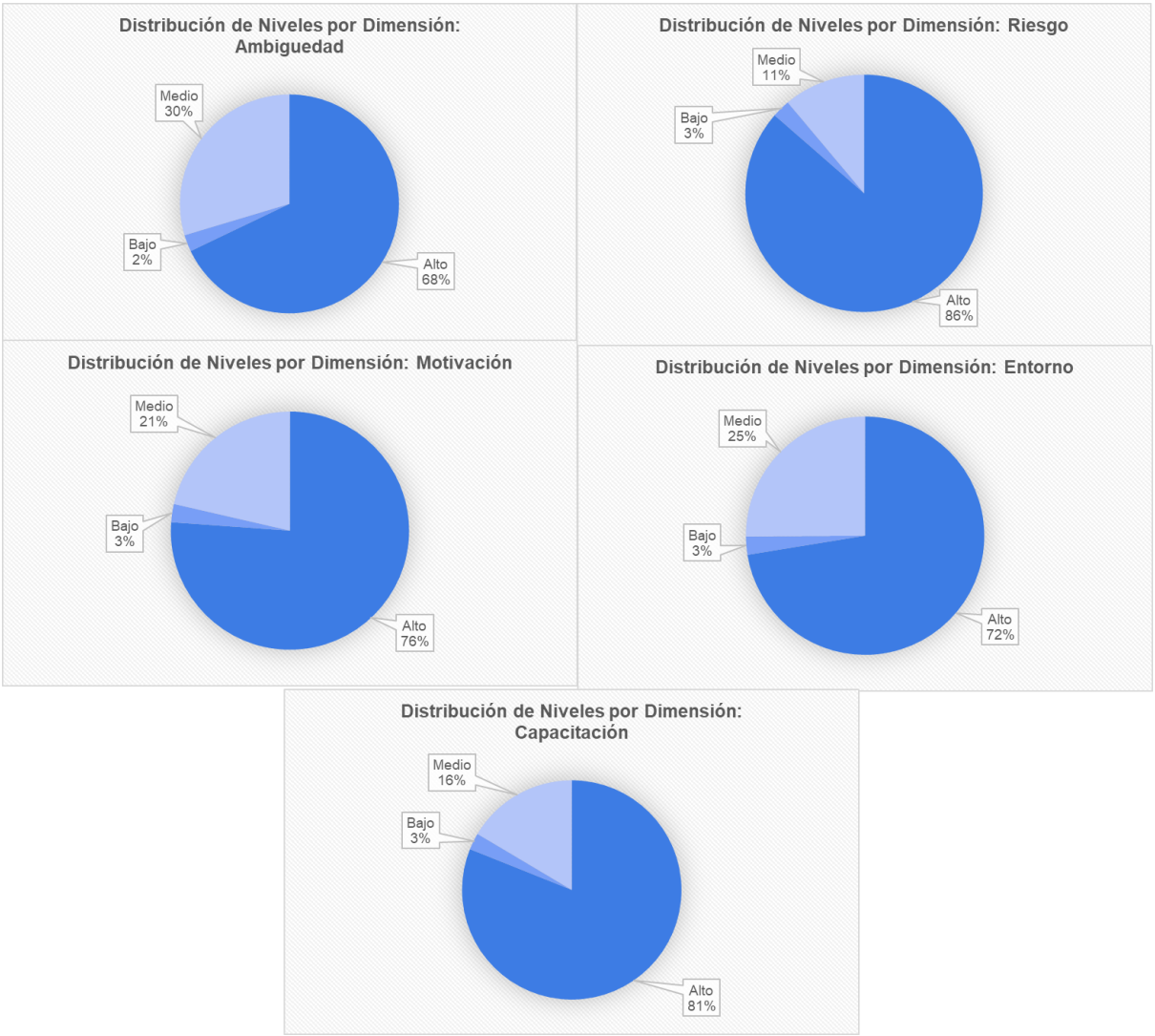

Figura 7. *Distribución de Niveles por Dimensión de la Variable Intención Emprendedora*

Nota. Los porcentajes han sido presentados en números enteros.

En la figura N° 7 se puede observar que los niveles altos mantienen su preponderancia en todas las dimensiones; estos niveles altos se hacen presente con mayor porcentaje en las dimensiones propensión al riesgo y capacitación, con 86% y 81% respectivamente, y en menor porcentaje las dimensiones de motivación para emprender, valoración del medio ambiente cercano "entorno" y tolerancia a la ambigüedad, con 76%, 72% y 68% respectivamente. La tabulación de las citadas dimensiones también muestra que todas ellas cuentan con un 3% de nivel bajo, excepto la dimensión tolerancia a la ambigüedad que presentan un punto porcentual menor

siendo de 2%. Finalmente, los niveles medios oscilan entre el 11 % y el 30%, siendo la dimensión que cuenta con mayor frecuencia en el nivel medio tolerancia a la ambigüedad y la de menor frecuencia la dimensión de propensión al riesgo.

En la figura que sigue a continuación, se presenta un resumen de los porcentajes de niveles de la variable X: Actitud Emprendedora.

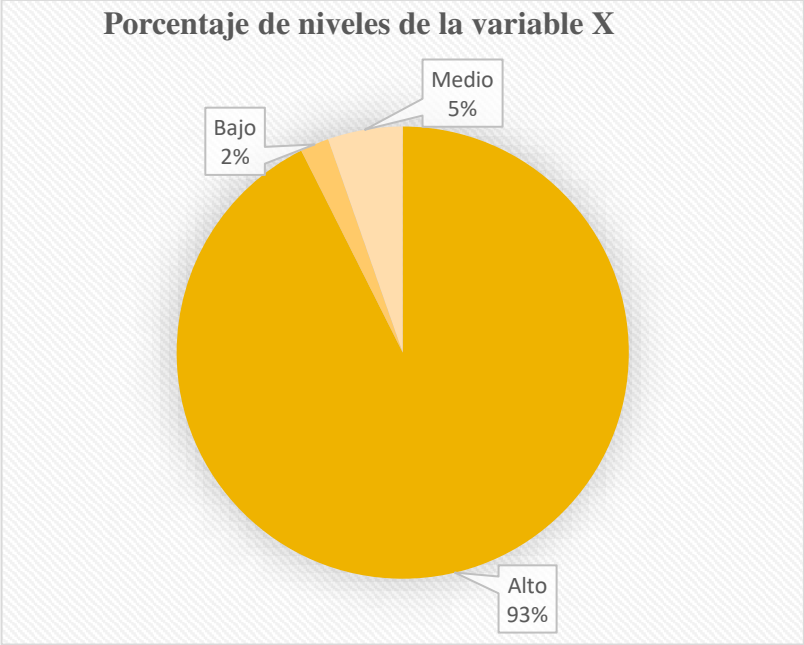

Figura 8. *Porcentaje de Niveles entre la Variable Actitud Emprendedora*

Nota. Los porcentajes han sido presentados en números enteros.

A través de la figura N° 8 se puede observar el porcentaje de los niveles que resultaron en la variable actitud emprendedora, mostrándose que el 93% responde al nivel alto, 5% al nivel medio y 2% al nivel bajo.

En la figura que sigue a continuación, se presenta un resumen de los porcentajes de niveles de la variable Y: Intención Emprendedora.

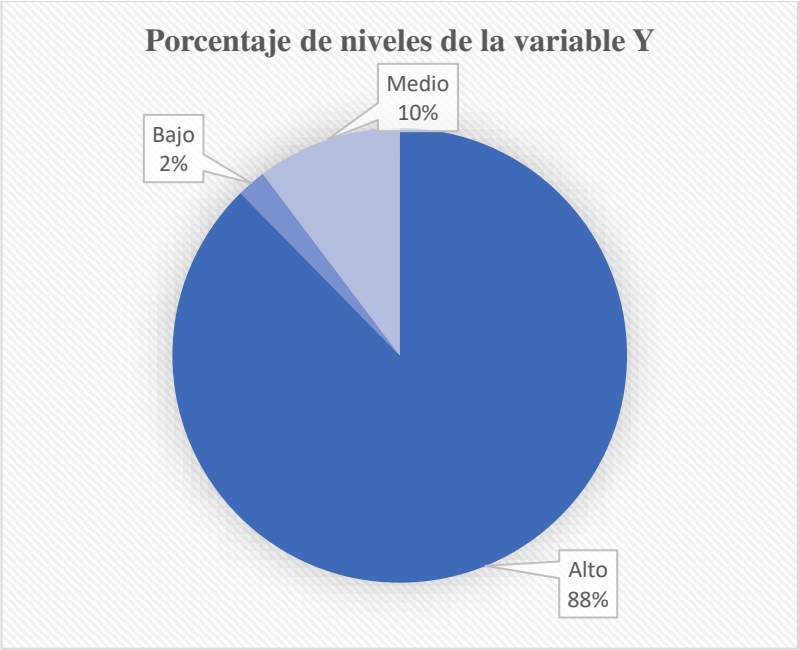

Figura 9. *Porcentaje de Niveles entre la Variable Actitud Emprendedora*

A través de la figura N° 9 se puede observar el porcentaje de los niveles que resultaron en la variable intención emprendedora, mostrándose que el 88% responde al nivel alto, 10% al nivel medio y 2% al nivel bajo.

Los expuesto en las figuras N° 8 y N° 9 indican que tanto la variable actitud emprendedora como intención emprendedora cuentan con un nivel de frecuencia alto con 93% y 88% respectivamente, coincidiendo en términos porcentuales en el nivel bajo y respecto al nivel medio, siendo este menor en la variable actitud emprendedora con 5% a diferencia de la variable intención emprendedora la cual presenta resultados del 10%.

4.3. Análisis de la Distribución de la Muestra

A continuación, se podrán observar el conteo de datos y porcentajes que se han recopilado y que están asociados a las variables categóricas que forman parte de la presente investigación.

Una de las variables categóricas es el Tipo de Emprendedor, la cual se clasifica en emprendedores con idea de negocio o negocio en formación y emprendedores con negocio en marcha o en ejecución.

Tabla 7. *Emprendedor Capacitado por APIE*

Tipo de Emprendedor	Cantidad	%
Con Idea de Negocio	165	67.90
Con Negocio en Marcha	78	32.10
Total	243	100.00

Fuente. Elaboración propia

Respecto a la tabla N° 7, se desprende que de manera válida ha resultado que 165 emprendedores cuentan con proyecto empresarial en desarrollo y/o formación, lo cual representa el 67.9% del tamaño de la muestra; y 78 emprendedores con negocio en marcha, lo cuales representan el 32.10%.

Otra variable categórica considerada en el instrumento de recolección de datos es el sexo, clasificado en femenino y masculino, tal como se desprende de la tabla que figura a continuación:

Tabla 8. *Sexo del Emprendedor Capacitado por APIE*

Sexo	Cantidad	%
Femenino	144	59.26
Masculino	99	40.74
Total	243	100.00

Fuente. Elaboración propia

Con respecto a la tabla N° 8, se desprende que la distribución de la muestra respecto al sexo de emprendedor ha resultado en que 144 corresponden al género femenino lo cual representa al 59.26% del total del tamaño de la muestra, mientras que 99 corresponden al género masculino, representando al 40.74% de ésta.

La variable categórica nivel de educación, también fue parte del instrumento de recolección de datos, teniendo 4 clasificaciones, las cuales responden a educación secundaria, educación técnica, estudios de pregrado terminados y estudios de posgrado terminados.

Tabla 9. *Nivel de Educación del Emprendedor Capacitado por APIE*

Nivel de Educación	Cantidad	%
Secundaria	26	10.70
Educación Técnica	68	27.98
Pregrado	95	39.09
Posgrado	54	22.22
Total	243	100.00

Fuente. Elaboración propia

Se observa que en la tabla N° 9, la distribución de la muestra respecto al nivel de educación del emprendedor refleja que del total de emprendedores 26 han completado la educación secundaria, los cual representa el 10.70% del total de la muestra, 68 emprendedores han completado la educación técnica superior, abarcando el 27.98 %, 95 emprendedores han culminado estudios superiores de pregrado, representando el 39.09 % y 54 emprendedores que representan el 22.22% del tamaño de la muestra han culminado estudios superiores de posgrado.

Los grupos etarios, también han sido representados en la presente investigación, para lo cual se consideraron 2 grupos: los jóvenes y adultos, tal como se desprende de la tabla que figura a continuación:

Tabla 10. *Rango de edad del Emprendedor Capacitado por APIE*

Rango de Edad	Cantidad	%
Joven	88	36.21
Adulto	155	63.79
Total	243	100.00

Fuente. Elaboración propia

Los resultados de la tabla N° 10, indican que 88 de los emprendedores forman parte del grupo de jóvenes (hasta los 29 años) representando al 36.21 % del total de la muestra, mientras que la población adulta está conformada 155, los cuales representan el 64.79% de ésta. Es preciso señalar que se considera a la población joven hasta los 29 años, ya que como sostiene Verdera,(n.d.) miembro de la Oficina de la Organización Internacional del Trabajo para países andinos, la mayoría de países andinos consideran a la población joven, como criterio para la generación de políticas nacionales para la juventud, a la población que se encuentra entre 15 y 29 años.

Finalmente se consideró la región de residencia del emprendedor como variable categórica. Las 24 regiones del Perú estuvieron representadas en el instrumento de recolección de datos, siendo agrupadas posteriormente en Costa, Sierra y Selva, además se consideró conveniente establecer a Lima como una clasificación adicional debido a que es conocido la densidad poblacional que reside en esta región.

Tabla 11. *Región de Residencia del Emprendedor Capacitado por APIE*

Región de Residencia	Cantidad	%
Lima	150	61.73
Costa provincias	69	28.40
Sierra	18	7.41
Selva	6	2.47
Total	243	100.00

Fuente. Elaboración propia

Finalmente, de la tabla N° 11, se desprende que la región en la que residen los emprendedores se encuentra representada de la siguiente manera: 150 residen en la ciudad de Lima, representando al 61.73 % del tamaño de la muestra; 69 emprendedores residen en otras regiones de la costa (excepto Lima), representando al 28.40 %; 18 emprendedores que representan al 7.41% del total de la muestra residen en la sierra y 6 emprendedores que representan al 2.47% muestral residen en la selva.

A manera de resumen en la figura que sigue a continuación, se presentan gráficamente los porcentajes de las variables categóricas descritas anteriormente con sus respectivos porcentajes.

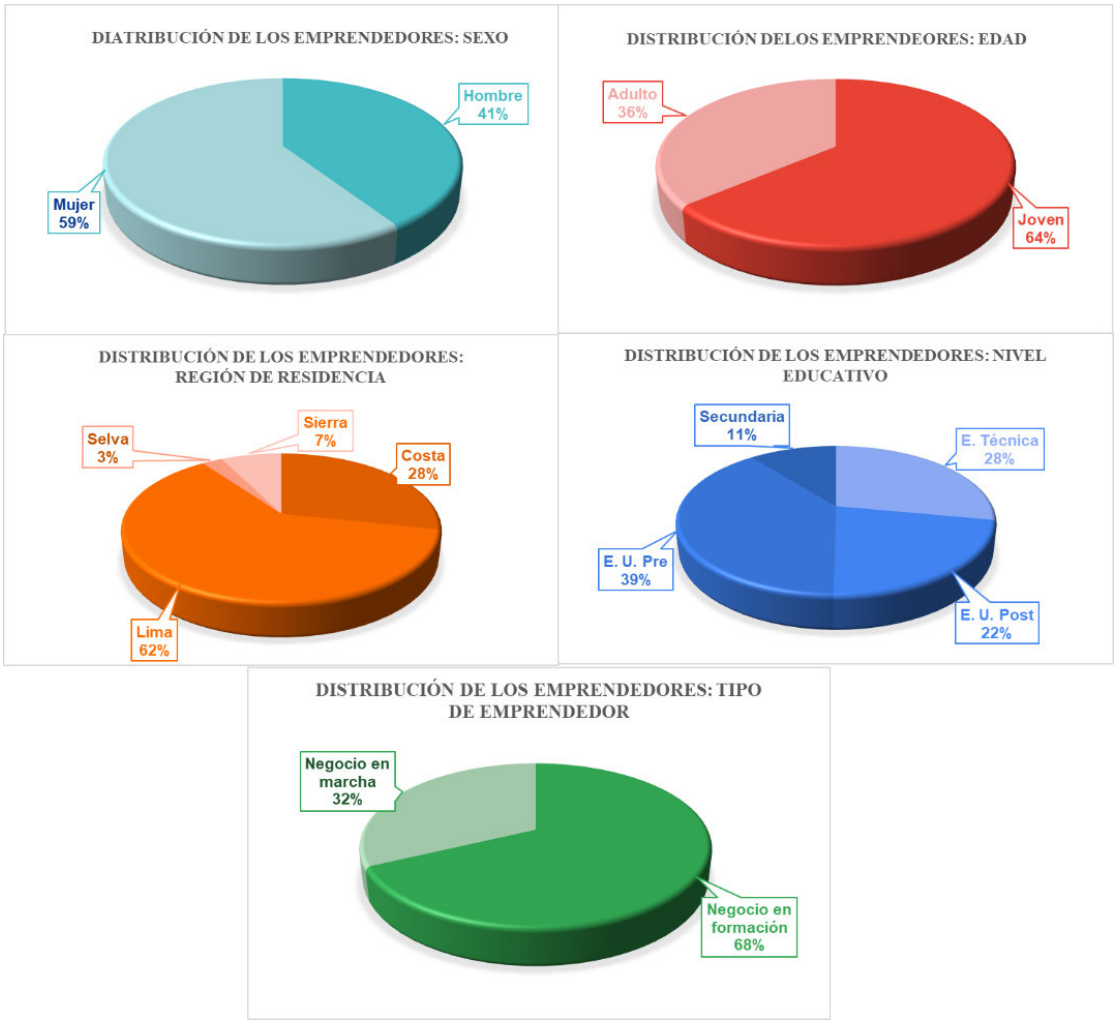

Figura 10. Distribución de las variables categóricas de la investigación.

Nota. Los porcentajes han sido expresados en números enteros.

En la figura N° 10, se puede apreciar que de las clasificaciones que ha tenido cada variable categórica, aquellas que cuentan con mayor representación porcentual son las mujeres que representan un 59%, el grupo etario joven con un 64%, Lima con un 62%, aquellos que han culminado estudios de pregrado con un 39% y aquellos que tienes un negocio en formación con un 68%, en función al tamaño de la muestra.

4.4. Pruebas de Hipótesis

4.4.1. Prueba de Normalidad

La prueba de normalidad se aplica con el propósito de determinar si los datos cuentan o no con una distribución normal y en función a ello, determinar que prueba será la más idónea para contrastar las hipótesis planteadas en la investigación, de acuerdo a lo que manifiesta Romero (2016).

Así para el desarrollo de esta prueba debemos las hipótesis planteadas son:
Ho: Se demuestra que los datos tienen una distribución normal
H1: Se demuestra que los datos no tienen una distribución normal

Nivel de Confianza: 95%
Margen de error: 5%

Criterio de interpretación

Si el p valor es menor o igual que el alfa entonces se procederá con el rechazo de la hipótesis nula y la consecuente aceptación de la hipótesis alterna, lo que significaría que los datos no tendrían una distribución normal y se emplearía una prueba no paramétrica, en función a los lineamientos establecidos en análisis estadísticos de este tipo. Por otro lado, si el p valor es mayor o igual que el alfa se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, lo que significaría que los datos tendrían una distribución normal y se emplearía una prueba paramétrica.

Para efectos de la aplicación de la prueba de normalidad se ha considerado la prueba de Kolmogorov-Smirnov, debido a que se cuenta con una muestra superior a 50 y como manifiesta Romero (2016) este es el margen muestral a tomar en cuenta para su utilización.

Al aplicar la prueba sobre la variable actitud emprendedora se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 12. *Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la Variable Actitud Emprendedora*

	X Actitud Emprendedora
N	243
Z de Kolmogorov-Smirnov	2.271
Sig. asintót. (bilateral)	.000

Fuente. Elaboración propia

Tras observar los datos y resultados de la prueba, se determina que la variable actitud emprendedora no sigue una distribución normal ya que el p valor, que aparece en la tabla como Sig. asintót. (bilateral), es menor a 0.05, siendo de 0.000.

De la misma manera al aplicar la prueba sobre nuestra variable intención emprendedora se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 13. *Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la Variable Intención Emprendedora*

	Y Intención Emprendedora
N	243
Z de Kolmogorov-Smirnov	1.850
Sig. asintót. (bilateral)	.002

Fuente. Elaboración propia

Tras observar los datos y resultados de la prueba en la tabla N° 13, se determina que la variable intención emprendedora no sigue una distribución normal ya que el p valor, que aparece en la tabla como Sig. asintót. (bilateral), es menor a 0.05, siendo de 0.002.

Por lo tanto, luego de conocer los resultados de la prueba Kolmogorov-Smirnov para ambas variables, y en ambas haber resultado un p valor menor al de 0.05, se da por aceptada la hipótesis alternativa, determinándose que los datos no tienen una distribución normal; por lo que se hace necesario el empleo de pruebas estadísticas no paramétricas.

4.4.2. Prueba de Hipótesis

Tal como fue señalado anteriormente, en el presente estudio la distribución que se presentan en la variables no es normal,, por lo que en estos casos tal como manifiestan George y Mallery (2020) la prueba de hipótesis más conveniente a emplear es la Prueba de Correlación de Spearman.

En este tipo de pruebas, si la relación entre las variables es positiva ello significa que cuando una variable se incrementa la otra seguirá el mismo ritmo, manifiestan George y Mallery (2020).

De acuerdo a los estudios sobre interpretación de los resultados de las correlaciones de Spearman, R. Martinez et al. (2009) manifiestan que una de maneras más idóneas para dar a conocer los resultados son los que se detallan en la siguiente escala:

Rango		Relación
0 – 0.25	→	Escasa o nula
0.26-0.50	→	Débil
0.51- 0.75:	→	Entre moderada y fuerte
0.76- 1.00	→	Entre fuerte y perfecta

Hipótesis general

Ho: La actitud emprendedora no influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

H1: La actitud emprendedora influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 14. *Correlaciones en parejas de Spearman*

Muestra 1	Muestra 2	Correlación	IC de 95% para ρ	Valor p
XActitud E.	Y Intención E.	0.764	(0.697; 0.818)	0.000

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

El p valor calculado es igual a 0.000 siendo menor a 0.05, por lo tanto, se procede con el rechazo de la hipótesis nula, y la consecuente aceptación de la hipótesis alternativa. El coeficiente de correlación es de 0.76 lo que permite inferir que la relación entre ambas variables es fuerte y perfecta.

En tal sentido, se puede afirmar que con una confianza del 95% la relación entre la actitud y la intención emprendedora de los capacitados por APIE, en tiempos de COVID - 19 denota ser positiva, fuerte y perfecta.

4.4.2.1 Hipótesis Específica 1

Ho: La resiliencia no influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

H1: La resiliencia influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 15. *Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Resiliencia e Intención Emprendedora*

Muestra 1	Muestra 2	Correlación	IC de 95% para ρ	Valor p
Y Intención E.	X1 Resiliencia	0.545	(0.442; 0.633)	0.000

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

El p valor calculado es igual a 0.000, siendo menor a 0.05, por lo tanto, se procede con el rechazo la hipótesis nula, y la aceptación de la hipótesis alternativa. El coeficiente de correlación es de 0.55, lo que permite señalar que la relación entre ambas variables es moderada y fuerte.

En tal sentido, se puede afirmar que con una confianza del 95% la relación entre la resiliencia y la intención emprendedora de los capacitados por APIE, en tiempos de COVID - 19 denota ser positiva, moderada y fuerte.

4.4.2.2 Hipótesis Específica 2

Ho: El logro no influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

H1: El logro influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 16. *Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Motivación de Logro e Intención Emprendedora*

Muestra 1	Muestra 2	Correlación	IC de 95% para ρ	Valor p
Y Intención	X2 Logro	0.574	(0.476; 0.659)	0.000

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

El p valor calculado es igual a 0.000 siendo menor a 0.05, por lo tanto, se procede con el rechazo de la hipótesis nula, y la aceptación de la hipótesis alternativa. El coeficiente de correlación es de 0.57, lo que permie establecer que la relación entre las variables es moderada y fuerte.

En tal sentido, se puede afirmar con un 95% de confianza que existe una relación positiva moderada y fuerte entre la necesidad de logro y la intención emprendedora de los capacitados por APIE, en tiempos de COVID-19.

4.4.2.3 Hipótesis Específica 3

Ho: La Innovación no influye en la Intención Emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

H1: La innovación influye en la Intención Emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 17. *Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Innovación e Intención Emprendedora*

Muestra 1	Muestra 2	Correlación	IC de 95% para ρ	Valor p
YIntención E.	X3 Innovación	0.639	(0.549; 0.714)	0.000

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

El p valor calculado es igual a 0.000, siendo menor a 0.05, por lo tanto, se procede con el rechazo la hipótesis nula, y la aceptación de la hipótesis alternativa. El coeficiente de correlación es de 0.64, lo que permite indicar que la relación entre las variables es moderada y fuerte.

En tal sentido, se puede afirmar que con una confianza del 95% la relación entre la innovación y la intención emprendedora de los capacitados por APIE, en tiempos de COVID - 19 denota ser positiva, moderada y fuerte.

4.4.2.4 Hipótesis Específica 4

Ho: El locus de control interno no influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

H1: El locus de control interno influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 18. *Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Locus de Control Interno e Intención Emprendedora*

Muestra 1	Muestra 2	Correlación	IC de 95% para ρ	Valor p
Y Intención E.	X4 Locus de control I.	0.611	(0.517; 0.690)	0.000

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

El p valor calculado es igual a 0.000, siendo menor a 0.05, por lo tanto, se procede con el rechazo la hipótesis nula, y la aceptación de la hipótesis alternativa. El coeficiente de correlación es de 0.61, lo que explica que la relación entre las variables es moderada y fuerte.

En tal sentido, se puede afirmar que con una confianza del 95% la relación entre el locus de control interno y la intención emprendedora de los capacitados por APIE, en tiempos de COVID - 19 denota ser positiva, moderada y fuerte.

4.4.2.5 Hipótesis Específica 5

Ho: La autoconfianza no influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

H1: La autoconfianza influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos de COVID-19.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 19. *Resultados de la Prueba Rho Spearman entre Autoconfianza e Intención Emprendedora*

Muestra 1	Muestra 2	Correlación	IC de 95% para ρ	Valor p
Y Intención E.	X5 Autoconfianza	0.746	(0.675; 0.803)	0.000

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

El p valor calculado es igual a 0.000, siendo menor a 0.05, por lo tanto, se procede con el rechazo la hipótesis nula, y la consecuente aceptación de la hipótesis alternativa. El coeficiente de correlación es de 0.75 lo que permite exponer que la relación entre las variables es moderada y fuerte.

En tal sentido, se puede afirmar que con una confianza del 95% la relación entre la autoconfianza y la intención emprendedora de los capacitados por APIE, en tiempos de COVID - 19 denota ser positiva, moderada y fuerte.

4.4.2.6 Otros Resultados

Finalmente, a manera de resumen, a través de la siguiente tabla se podrá observar, la relación correlación existente entre todas las dimensiones y variables que han sido materia de este estudio y que han conllevado al análisis expuesto anteriormente.

Tabla 20. *Matriz de Correlación*

	X1	**X2**	**X3**	**X4**	**X5**	**X**	**Y1**	**Y2**	**Y3**	**Y4**	**Y5**
X2	0.439										
X3	0.485	0.449									
X4	0.569	0.378	0.618								
X5	0.633	0.476	0.632	0.699							
X	0.765	0.696	0.809	0.809	0.834						
Y1	0.453	0.379	0.528	0.513	0.634	0.61					
Y2	0.478	0.487	0.487	0.434	0.534	0.598	0.519				
Y3	0.43	0.567	0.573	0.52	0.647	0.673	0.585	0.565			
Y4	0.403	0.456	0.495	0.477	0.577	0.584	0.469	0.54	0.597		
Y5	0.437	0.459	0.549	0.562	0.612	0.631	0.509	0.499	0.557	0.555	
Y	0.545	0.574	0.639	0.611	0.746	0.764	0.777	0.771	0.824	0.794	
	0.764										

Fuente. Elaboración propia.

En la tabla N° 20, se pueden observar las correlaciones entre dimensiones de una misma variable. En esta tabla también se puede evidenciar el grado de correlación no solo entre las dimensiones de la variable actitud emprendedora y la variable intención emprendedora, sino que también la correlación existente entre las dimensiones de la variable intención emprendedora y ésta; en donde la dimensión tolerancia a la ambigüedad se ve representada por Y1, propensión a tomar riesgos por Y2, motivación para emprender por Y3, valoración del medio ambiente cercano por Y4 y capacitación por Y5.

A la luz de los resultados, se desprende de esta tabla que todas las dimensiones tienen un grado de significancia positivo con la variable intención emprendedora de tipo fuerte y perfecta.

4.4.2.7 Análisis Comparativo

A continuación, se procederá con la comparación de asociación entre las variables categóricas y la variable dependiente de la investigación, con el propósito de determinar si existe distinción significativa entre las clases de la primera cuando se vincula con la intención emprendedora. Es preciso señalar que las variables categóricas de la presente investigación se encuentran conformadas por: Sexo, Tipo de Emprendedor, Grupo Etario, Nivel de educación y Región de Residencia.

4.4.2.7.1 Prueba de Comparación por Sexo

Ho: Mujeres y hombres se asocian sin distinción alguna con la variable Intención Emprendedora

H1: Hombres y mujeres se asocian de manera diferente con la variable Intención Emprendedora.

Lineamiento para la toma de decisión:
Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).
Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 21. *Resultados de la Prueba U de Mann-Whitney de Comparación por Sexo*

	Y_Intención_ Emprendedora
U de Mann-Whitney	7037.000
W de Wilcoxon	11987.000
Z	-.169
Sig. asintót. (bilateral)	.866

Fuente. Elaboración Propia

Interpretación

De la tabla N° 21, se desprende que los resultados no son significativos, y, por lo tanto, a partir de estos datos no se puede afirmar que exista diferencia entre ambos sexos respecto a la intención emprendedora, debido a que, a la luz de los resultados el valor de p, que se muestra en la tabla como Sig. asintót. (bilateral), es igual a 0.866, siendo mayor a 0.05, por lo que se hace presente la aceptación de la hipótesis nula y el rechazo de la alternativa.

4.4.2.7.2 Prueba de Comparación por Tipo de Emprendedor

Ho: El emprendedor con negocio en formación y el emprendedor con negocio en marcha se asocian sin distinción alguna con la variable Intención Emprendedora

H1: El emprendedor con negocio en formación y el emprendedor con negocio en marcha se asocian de manera diferente con la variable Intención Emprendedora.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 22. *Resultados de la Prueba U de Mann-Whitney de Comparación por Tipo de Emprendedor*

	Y_Intención_ Emprendedora
U de Mann-Whitney	5707.500
W de Wilcoxon	19402.500
Z	-1.423
Sig. asintót. (bilateral)	.155

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

De la tabla N° 22, se desprende que los resultados no son significativos, y, por lo tanto, a partir de estos datos no se puede afirmar que exista diferencia de la intención emprendedora entre los emprendedores con negocio en formación y emprendedores con negocio en marcha, debido a que, a la luz de los resultados el valor de p, que se muestra en la tabla como Sig. asintót. (bilateral), es de 0.155, siendo mayor a 0.05, por lo que se hace presente la aceptación de la hipótesis nula y el rechazo de la alternativa.

4.4.2.7.3 Prueba de Comparación por Grupo Etario del Emprendedor

Ho: Los grupos etarios de emprendedores jóvenes y adultos se asocian sin distinción alguna con la variable Intención Emprendedora.

H1: Los grupos etarios de emprendedores jóvenes y adultos se asocian de manera diferente con la variable Intención Emprendedora.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p > 0.05, se acepta la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p < 0.05, se acepta la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 23. *Resultados de la Prueba U de Mann-Whitney de Comparación por Grupo Etario del Emprendedor*

	Sexo_rec
U de Mann-Whitney	6595.000
W de Wilcoxon	18685.000
Z	-.502
Sig. asintót. (bilateral)	.616

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

De la tabla N° 23, se desprende que los resultados no son significativos, y, por lo tanto, a partir de estos datos no se puede afirmar que exista diferencia de la intención emprendedora entre los grupos etarios de emprendedores jóvenes y adultos, debido a que, a la luz de los resultados el valor de p, que se muestra en la tabla como Sig. asintót. (bilateral) es de 0.616, siendo mayor a 0.05, se hace presente la aceptación de la hipótesis nula y el rechazo de la alternativa.

Prueba de comparación por región de residencia

Ho: No existen diferencias estadísticamente significativas de la intención emprendedora de acuerdo con la región de residencia de los emprendedores.

H1: Existen diferencias estadísticamente significativas de la intención emprendedora de acuerdo con la región de residencia de los emprendedores.

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p $\leq$ 0.05, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p >0.05, se rechaza la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 24. *Resultados de la Prueba Kruskal Wallis de Comparación por Región de Residencia del Emprendedor*

	Y_Intención_Emprendedora
Chi-cuadrado	3.694
gl	3
Sig. asintót.	.296

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

De la tabla N° 24, se desprende que los resultados no son significativos, y, por lo tanto, a partir de estos datos no se puede afirmar que exista diferencia de la intención emprendedora entre región de residencia de los emprendedores, debido a que, a la luz

de los resultados el valor de p, que se muestra en la tabla como Sig. asintót. (bilateral), es de 0.296, siendo mayor a 0.05, por lo que se hace presente la aceptación de la hipótesis nula y el rechazo de la alternativa.

4.4.2.7.4 Prueba de Comparación por Nivel de Estudio

Ho: No existen diferencias estadísticamente significativas de la intención emprendedora de acuerdo con el nivel de estudio de los emprendedores

H1: Existen diferencias estadísticamente significativas de la intención emprendedora de acuerdo con el nivel de estudio de los emprendedores

Lineamiento para la toma de decisión:

Si el Valor p $\leq$ 0.05, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho).

Si el Valor p >0.05, se rechaza la Hipótesis Alternativa (Ha)

Tabla 25. *Resultados de la Prueba Kruskal Wallis de Comparación por Nivel Educativo del Emprendedor*

	Y_Intención_ Emprendedora
Chi-cuadrado	1.235
gl	3
Sig. asintót.	.745

Fuente. Elaboración propia

Interpretación

De la tabla N° 25, se desprende que los resultados no son significativos, y, por lo tanto, a partir de estos datos no se puede afirmar que exista diferencia de la intención emprendedora entre el nivel de educación de los emprendedores, debido a que, a la luz de los resultados el valor de p, que se muestra en la tabla como Sig. asintót. (bilateral), es de 0.75, siendo mayor a 0.05, por lo que se hace presente la aceptación de la hipótesis nula y el rechazo de la alternativa.

4.5. Discusión de Resultados

A partir del análisis y resultados presentados, se han confirmado todas las hipótesis formuladas en el presente estudio. Así, producto de la aplicación del coeficiente de Spearman para efectuar el contraste de hipótesis e identificar el grado de correlación de las variables, se observa que se da la aceptación de la hipótesis alternativa general que establece que existe influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE, en tiempos de COVID- 19, siendo este un grado de influencia fuerte y perfecto (Rho 0.764).

Estadísticamente, estos resultados pueden ser comparados con investigaciones previas, tales como las de B. A. Soomro y Shah (2015) y Radovich (2017) con las cuales se comparten elementos comunes tales como, el fenómeno estudiado: influencia de la actitud en la intención emprendedora; paradigma: positivista, el enfoque del estudio: cuantitativo; instrumento de recolección de datos: cuestionario y/o encuesta; así como el tipo de estudio, que para efectos del presente caso es el correlacional. Por ejemplo en el estudio ejecutado, en un país en vías de desarrollo del Asia, por B. A. Soomro y Shah (2015) se determina un nivel de influencia de una variable en otra de r= 0.516, encontrándose este grado de influencia entre moderado y fuerte; por otro lado en el estudio llevado a cabo en Perú por Radovich (2017) se determina un grado de influencia de ambas variables entre fuerte y perfecta, siendo este de r = 0.769; por lo que en virtud de la comparación de estos resultados, se podría decir que en un contexto de pre-pandemia, se demuestra que existe una influencia positiva de parte de la actitud en la intención emprendedora, sin embargo los grados de correlación son distintos, puesto que los estudios llevados a cabo en un país en un país del Asia, que se encuentra en vías de desarrollo, muestran una influencia menor de la actitud emprendedora sobre la intención emprendedora, lo cual difiere de los estudios que se llevaron a cabo en Perú, en dicho contexto, en donde los resultados fueron superiores, denotando un grado de influencia perfecto.

Por lo que, al comparar ambos resultados, con el presente estudio, se puede coincidir en que la influencia de la actitud en la intención emprendedora en ambos contextos es positiva, sin embargo, el grado de correlación difiere de los resultados en cuanto al grado de influencia de ambos constructos de los resultados obtenidos en Asia, debido a que la relación existente entre las variables reporta ser superior en esta investigación. Por otro lado, al compararlo, con el estudio llevado a cabo en Perú por Radovich (2017) se presenta el mismo grado de correlación. En tal sentido, se podría señalar que respecto al estudio analizado en Perú en un periodo pre-pandemia, no existe diferencia a nivel de grados, por lo que la actitud emprendedora mantiene una influencia positiva, fuerte y perfecta en la intención de emprender; lo cual llevaría a confirmar la teorías y modelos científicos que destacan la influencia de la actitud en la intención emprendedora, en los que la presente investigación ha encontrado sustento teórico, así por ejemplo la Teoría de las Actitudes Emprendedoras, planteada por Robinson et al. (1991), la Teoría de la Acción Razonada de Ajzen y Fishbein (1980) la Teoría de la Conducta Planeada de Ajzen (1991); así como también con lo planteado por Bagozzi (1981), Kim y Hunter (1993) y De Noble et al. (1999) quienes producto de sus estudios identificaron modelos científicos en los que se determinan que existe influencia entre las actitudes y el comportamiento de los individuos, pero no de manera directa ya que es necesario una influencia previa de las actitudes en las intenciones.

Por otro lado, se guarda relación con la literatura, sostenida por Allport (1971), Ander-Egg (2016), Robbins y Judge (2013), Fishbein y Ajzen (1975), quienes destacan la vinculación existente entre ambas variables.

Respecto a la hipótesis específica N°1, producto del cálculo del coeficiente de Spearman, se observa que se acepta la hipótesis alternativa que establece que existe influencia de la resiliencia en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE, en tiempos de COVID-19, siendo este grado de influencia moderado y fuerte (Rho 0.545).

Es preciso señalar que la identificación de investigaciones previas que vinculen a este factor con la intención emprendedora, fue bastante limitada, lo cual denotaría la poca exploración entre la asociación que podría existir entre éstas, principalmente en un contexto anterior a la pandemia; constituyendo ello parte de una de las motivaciones

que llevan a incorporar a la resiliencia dentro del presente estudio, considerando que en este nuevo escenario, la resiliencia toma un especial protagonismo para el emprendedor y/o gestor de negocios, de acuerdo a lo que manifiestan Acuña (2021) y García-Río et al. (2021) y tal como se evidencia en el resultado del análisis de los datos del presente estudio.

Pese a las limitaciones, se pudo arribar a la identificación de una investigación llevada a cabo en Indonesia por Mandgundjava (2009), en la cual se estudia el nivel de influencia de la resiliencia en la intención emprendedora; con esta investigación se comparten aspectos en común como, paradigma: positivista, enfoque del estudio: cuantitativo; instrumento de recolección de datos: cuestionario y/o encuesta; así como el tipo de estudio: correlacional. Los resultados de esta investigación en un periodo anterior a la pandemia, revelan que existe una débil relación entre resiliencia e intención emprendedora, pues los resultados arrojaron un coeficiente de correlación de r: 0.149, lo cual para autores como R. Martinez et al. (2009), a través de una interpretación estadística, este grado de relación podría ser considerado como escaso o nulo; lo cual difiere de los resultados que se han hecho evidentes en esta investigación en la que el grado de relación es entre moderado y fuerte. En tal sentido se podría señalar que de acuerdo a la comparación efectuada, en un escenario pre-pandemia y de pandemia, los estudios demuestran que el grado de influencia de la resiliencia en la intención emprendedora es positivo (dado que es mayor a 0 en ambos casos) sin embargo por lo expuesto dicha influencia no es significativa en un contexto anterior a la pandemia, mientras que en el escenario de estudio de la presente investigación si lo es, lo cual podría ser explicado debido a la necesidad de adaptación al cambio que han experimentado los emprendedores y/o gestores de negocios frente a este panorama; así como por el reconocimiento progresivo sobre la importancia de la transformación para el aprendizaje tanto personal como de las unidades de negocio, lo cual coincide con las teorías de la administración con enfoque en personas, como lo ha manifestado Chiavenato (2009) quien citando al considerado padre de la administración moderna, Peter Drucker, destaca que el cambio se encuentra de manera constante en el sujeto emprendedor y se constituye en una oportunidad de todo aquel que incursione en el camino emprendedor. Por lo que, hoy por hoy, estos saberes hacen mucho eco, sobre todo por la toma de decisiones que se deben de efectuar frente a

entorno de crisis y que es puesta en relieve, con mayor protagonismo, a consecuencia del COVID-19.

De la misma manera, teóricamente la vinculación de ambas variables encuentra fundamento en lo que señala parte de la doctrina literaria, la cual sostiene que, a través de la resiliencia se pueden determinar las respuestas de los individuos frente a situaciones retadoras y difíciles, tal como lo señala la Teoría de la Resiliencia y Riesgo de Bernard, y la evidencia científica reportada en los estudios de Henderson y Milstein (1996) Martin (2020) y Woods (2006).

Es preciso destacar que a diferencia de los otros factores que se vinculan con la intención emprendedora y que han sido puestos a prueba en el presente estudio, la resiliencia presenta un menor grado de correlación. De la misma manera, este resultado denota la importancia de trabajar en este factor para evitar el fracaso de emprendimiento, como lo señala Trias de Bes (2007) en su *bestseller* "El libro Negro del Emprendedor".

Respecto a la hipótesis específica N°2 producto del cálculo del coeficiente de Spearman,, se tiene como resultado la aceptación de la hipótesis alternativa que establece que existe influencia del logro en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE durante el COVID-19, siendo este grado de influencia moderado y fuerte (Rho 0.574).

Estadísticamente el presente estudio puede ser comparado con investigaciones en un periodo anterior a la pandemia con los cuales se comparte el estudio de la influencia de la necesidad de logro en la intención emprendedora; además de compartir otros aspectos tales como, el paradigma: positivista, enfoque del estudio: cuantitativo; instrumento de recolección de datos: cuestionario y/o encuesta; así como el tipo de estudio: correlacional. Así por ejemplo, se ha identificado el estudio desarrollado en Perú por Radovich (2017), en los que el grado de influencia entre el logro y la intención emprendedora es de r = 0.445; y a nivel internacional, podría ser comparado con el estudio emprendido en el Asia por B. A. Soomro y Shah (2015) en el que se obtiene un resultado de influencia de r= 0.351. Por lo expuesto, se puede señalar que ambos

estudios coinciden en la obtención de un resultado estadístico positivo (en donde r es mayor a 0), sin embargo, al interpretar el grado de relación, en ambos casos, ésta resulta ser débil, lo cual difiere de los resultados de la presente investigación en los que además de ser positivo el grado de influencia es superior, obteniendo la categoría de grado de influencia entre moderado y fuerte, considerado por otros autores como bueno. En tal sentido, a través de esta comparación podría inferirse que durante la pandemia existe mayor influencia de la necesidad de logro, conocida por algunos autores como motivación de logro frente un periodo pre-pandemia. Este resultado podría explicarse debido a la mayor inclinación de los emprendedores a la puesta en marcha de actividades que los conlleven a la generación de sus propias oportunidades frente a un escenario retador o desafiante, lo cual coincide con la conceptualización del término que destacan autores como McClelland (1989) para quien a mayor motivación de logro se es más proclive para la promoción de una empresa. Por lo tanto, a través del logro se pone en marcha una serie de actividades de parte de las personas para lograr el objetivo propuesto y/o alcanzar el éxito empresarial como destaca Luna-Arocas (2002).

Este resultado coincide también con la investigación de De los Santos et al. (2017) y los estudios de Robinson et al. (1991) quien remarca un estrecho vínculo entre el logro y los negocios.

Respecto a la hipótesis específica N°3 producto del cálculo del coeficiente de Spearman, se obtiene como resultado la aceptación de la hipótesis alternativa que establece que existe influencia de la innovación en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE, en tiempos de COVID-19, siendo este grado de influencia moderado y fuerte (Rho 0.639).

Estadísticamente estos resultados pueden ser comparados con los estudios llevados a cabo en un contexto anterior a la pandemia en Perú y Malasia, en los cuales se pone en evidencia el grado de influencia de la innovación en la intención emprendedora; compartiendo a su vez aspectos similares como el paradigma: positivista, enfoque del estudio: cuantitativo; instrumento de recolección de datos: cuestionario y/o encuesta; así como el tipo de estudio: correlacional. En Perú, la investigación fue llevada a cabo por Radovich (2017) y en Malasia por Zani et al.

(2016) concluyéndose un nivel de influencia de r = 0.650 y r =0.64, respectivamente, lo cual demuestra que, de acuerdo a la evidencia científica analizada, en un escenario pre-pandemia el grado de influencia entre innovación e intención emprendedora, no solo es positivo sino que también significativo, coincidiéndose plenamente con los resultados que se presentan en esta investigación, y coincidiéndose a su vez con el grado de correlación siendo este entre moderados y fuertes en ambos escenarios de tiempo. Por tanto, podría inferirse que no existe variación significativa en contexto temporales distintos en el grado de influencia que pueda tener la innovación frente a la intención emprendedora. En tal sentido, estos resultados podrían verse explicados debido a que este factor es el que más se hace perenne en los emprendedores y en el quehacer o acción del emprendedor como destacan Schumpeter (1943), Lozano y Espinoza (2016) Villacis et al.(2018); y particularmente de manera cada vez más acelerada en la sociedad como manifiestan Leite et al. (2015) en la que cada día se busca hacer las cosas de manera distinta o cosas nuevas, como sostienen aquellos científicos que han definido a la innovación, tales como: Robinson et al. (1991) y el padre de la administración moderna Peter Drucker (2006).

Es preciso destacar que la innovación es un tema presente en el contenido de los temas de capacitación que se le brinda a los emprendedores de APIE, en el que la enseñanza de ésta se hace presente de manera indispensable para el cumplimiento de sus fines, los cuales de acuerdo a lo señalado por SUNARP (2017) se orientan principalmente al desarrollo actividades educativas para promover la cultura emprendedora y gestión empresarial en el Perú; lo cual coincide con los estudios orientados a señalar que este factor es indispensable en la formación de un emprendedor, como el desarrollado por Leite et al. (2015); en tanto ello contribuirá al éxito de la toma de decisiones haciendo de éstas mucho más competitivas y generará un impacto directo en las organizaciones como manifiestan Villacis et al. (2018); por lo que, el rol del facilitador es muy importante, en tanto juega una función clave en la intención emprendedora tal como es sostenido por J. Sánchez-García & Hernández-Sánchez (2016).

Respecto a la hipótesis específica N°4 producto del cálculo del coeficiente de Spearman, se obtiene la aceptación la hipótesis alternativa que establece que existe influencia del locus de control interno en la intención emprendedora de los capacitados

por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID-19, siendo este grado de influencia moderado y fuerte (Rho 0.611).

Estadísticamente los resultados pueden ser comparados con estudios previos en los cuales se pone en evidencia el grado de influencia entre el locus de control interno y la intención emprendedora, además de compartir otros aspectos, tales como el paradigma: positivista, enfoque del estudio: cuantitativo; instrumento de recolección de datos: cuestionario y/o encuesta; así como el tipo de estudio: correlacional. Así se podría comparar con la investigación peruana efectuada por Radovich (2017) en un contexto anterior a la pandemia en donde los resultados de correlación fueron de r = 0.653. Por otro lado, a nivel internacional estas correlaciones han sido puestas a prueba en un país en vías de desarrollo del Asia, a través de la investigación de B. A. Soomro y Shah (2015) en la que luego del análisis estadístico se obtuvieron coeficientes de correlación entre locus de control interno e intención emprendedora de r= 0.543. Estos resultados demuestran que la relación entre el locus de control interno e intención emprendedora en contextos previos es además de positiva, significativa y se encuentra entre el grado de interpretación estadística de moderada y fuerte, lo cual coincide con los resultados del presente estudio. Por tanto, en un escenario pre-pandemia como durante el periodo de estudio de la presente investigación; podría señalarse que no existe variación significativa en contextos temporales distintos en el grado de influencia que pueda tener el locus de control interno frente a la intención emprendedora. Estos resultados podrían responder a que los emprendedores reconocen que la consecuencia de sus actos son producto de su responsabilidad, comportamiento y acciones; y no a factores externos, por ejemplo, aquellos asociados a la suerte o al destino; lo cual coincide con la Teoría de Rotter sobre el Aprendizaje Social, y las investigaciones de Oros (2005). Este resultado demuestra además el compromiso y responsabilidad que puede tener aquel emprendedor quien trabaja para la mejora de su emprendimiento, contribuyéndose así a moldear y fortalecer su perfil como gestores de negocios, lo cual coincide con lo que manifiestan Lussier y Achua, (2016), Filion (2019) y Arévalo et al. (2018).

Respecto a la hipótesis específica N°5 producto del cálculo del coeficiente de Spearman, se tiene como resultado la aceptación de la hipótesis alternativa que establece que existe influencia de la autoconfianza en la intención emprendedora de

los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial – APIE, en tiempos de COVID-19, siendo este grado de influencia moderado y fuerte (Rho 0.746).

Estadísticamente los resultados pueden ser comparados con estudios previos en los cuales se pone en evidencia el grado de influencia entre la autoconfianza y la intención emprendedora, además de compartir otros aspectos como el paradigma: positivista, enfoque del estudio: cuantitativo; instrumento de recolección de datos: cuestionario y/o encuesta; así como el tipo de estudio: correlacional. Estas investigaciones han sido llevadas a cabo en el Perú y en un país en vías de desarrollo del Asia. Así, a nivel nacional podemos encontrar el estudio del investigador Radovich (2017), en el cual dentro de un contexto de anterior a la pandemia vincula a la autoconfianza con la intención emprendedora, obteniendo un grado de correlación de r =0.653; por otro lado dentro de este mismo contexto podemos encontrar la investigación llevada a cabo en un país en vías de desarrollo del continente asiático, en donde los resultados de correlación fueron de r = 0.411, de acuerdo a la evidencia científica del estudio de B. A. Soomro y Shah (2015). En tal sentido en un escenario pre- pandemia, ambos estudios comparten como similitud que la puesta a prueba de la relación existente entre autoconfianza con la intención emprendedora, son positivos. Sin embargo, difieren en el grado de correlación, pues mientras la investigación emprendida en el citado estudio que se llevó a cabo en el Asia responde a un grado de correlación débil; la investigación llevada a cabo en el Perú se encuentra entre fuerte y moderada, mismo grado que se ha mantenido en un periodo de pandemia.

Por tanto, a la luz de los resultados de los estudios en mención, se podría señalar que en el Perú el grado de influencia entre autoconfianza e intención emprendedora se ha mantenido en el mismo nivel (entre moderado y fuerte) en los periodos temporales de comparación, siendo además de ello positivo y significativo. Estos resultados podrían deberse a la seguridad que perciben las personas sobre sí mismas como determinante de su quehacer empresarial, más allá de las circunstancias y/o periodos temporales; denotándose así una fuerte inclinación hacia nuevas oportunidades y acciones, a partir de la plena confianza en las capacidades personales lo cual encuentra sustento teórico en lo propuesto por Bandura (1977), De Noble et al. (1999), Koellinger et al. (2007) y Sandoval (2020).

A la luz de los resultados expuestos respecto a los grados de influencia de cada uno de los factores de estudio en la variable intención emprendedora, se puede señalar que la autoconfianza cuenta con un mayor grado de correlación, a diferencia de los demás factores que han sido materia de análisis en la presente investigación, coincidiéndose así con la investigación de Laguía et al. (2019), en donde se sostiene que es esta variable la que influye con mayor significancia en la intención de emprender.

Por otro lado los resultados obtenidos, se vinculan en cierta medida con el estudio de Soria-Barreto et al. (2014) en tanto señala que autoeficacia no se vincula con la intención emprendedora de manera directa, sino a través de una variable mediadora, que es la propensión al riesgo. Lo propio se manifiesta en la investigación de Sánchez et al. (2005), en la que se sostiene que existe una variable mediadora entre autoeficacia e intención, siendo esta variable la proactividad, la cual logra que exista un influencia entre las variables pero no de manera directa.

Salvo la distinción del género, los resultados coinciden con la investigación de Querejazu (2021) en el que se demuestra que la autoconfianza es la variable que tienen mayor incidencia en la acción de emprendimiento femenino en Bolivia, en donde los resultados destacan que la autoconfianza tiene una relación positiva con la conducta de iniciar un negocio con un nivel de confianza del 99%.

Por otro lado, sobre las pruebas de comparación, los resultados revelan que no existe una diferencia significativa entre región de residencia, grupo etario, nivel académico, sexo o tipo de emprendedor (variables categóricas) y la variable intención emprendedora; lo cual difiere de la investigación llevada a cabo por Tarapuez et al. (2018a), en la que se determina que los aspectos sociodemográficos como: edad, género, experiencia laboral, ambiente cercano y facilidad para hacer negocios influyen de manera significativa en la intención emprendedora, así pues en su investigación se determinó que los menores de 30 años tienen 4 veces mayores probabilidades de emprender que aquellos que superaban los 50 años y los hombres presentan mayores niveles de intención emprendedora que las mujeres; de la misma manera se difiere de los estudios de Santiago et al. (2017) en el que se manifiesta que entre las

características del perfil de empresarios intencionales se encuentra variables como la edad, género y nivel de estudio, y que en su mayoría éstos se ven representados por jóvenes, hombres y con nivel educativo de posgrado.

Los resultados obtenidos de las comparaciones efectuadas en el presente estudio pueden explicarse debido a que el Perú en su conjunto, es considerado como un país que destaca a nivel de emprendimiento a nivel global, no diferenciándose esta postura por residentes de una determinada región u otra, además las consecuencias del COVID- 19 ha impactado en todas las personas sin distinción de edad o género, lo cual ante una potencial necesidad de emprender es lógico considerar que la intención de emprender podría partir desde distintos grupos. Con respecto al nivel educativo, es conocido que en el Perú existen emprendedores empíricos, como aquellos que deciden emprender sin necesariamente haber estudiado una carrera relacionada a negocios, pese a haber seguido una carrera universitaria, o incluso también existen emprendedores quienes se involucran en este camino de manera paralela a sus estudios con el ánimo de tecnificar sus procesos o acciones empresariales, por lo que ello podría haber incidido en que no exista diferenciación al respecto. Sin embargo, es preciso destacar que estudios progresivos comparando las variables sociodemográficas, en el futuro podrían mostrarnos nuevas evidencias; ya que como se ha identificado en países como Colombia los resultados son diferentes en función a estas variables.

Producto del análisis e interpretación de los resultados expuesta anteriormente, se pone en relieve la importancia del fortalecimiento de las actitudes emprendedoras como factor que permite la promoción y desarrollo de nuevos emprendimientos en el país, a lo cual le seguirá el desarrollo económico como lo sostiene Massey (1954), considerando que el Perú, como ha sido mencionado líneas atrás, es un país emprendedor por naturaleza que ha sido reconocido internacionalmente por su espíritu emprendedor, pero que sin embargo requiere un arduo trabajo para evitar la alta tasa de mortalidad de los emprendimientos; el revertir esta situación fortalece no solo el ecosistema de emprendimiento en el país sino que incide de manera efectiva y con mayor fortaleza en el ámbito económico.

Mientras mayor sea el nivel de fortalecimiento de las actitudes emprendedoras ello derivará en la gestación de nuevos negocios, tomar la decisión de llevar a cabo un

proyecto o mejorar los procesos dentro de una organización ya existente; como postulan Sánchez (2015) y Reinoso y Serna (2017). Asimismo se estará contribuyendo a la formación de un emprendedor como manifiestan Durán (2013) y Leite et al. (2015); por lo que el trabajo de éstas en una etapa inicial es crucial para futuros retos similares al contexto actual o incluso para hacer frente a los desafíos que conlleva el involucrarse en el camino del emprendimiento.

Los resultados obtenidos pueden explicarse por los distintos mecanismos de apoyo al emprendedor que se gestaron durante este contexto desde distintos sectores (público, privado y académico) por ejemplo a nivel país se gestaron políticas de apoyo gubernamental, las cuales incidieron particularmente en apoyo financiero aprobados mediante Decreto Legislativo N°1455 (Perú, 2020) y el Decreto de Urgencia Nº 029-2020, (Decreto de Urgencia Nº 029-2020, Peru, 2020); además de talleres de capacitación virtual impartidos por dependencias públicas como el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y el Ministerio de la Producción a través del Viceministerio de MYPE e Industrias; así como incubadoras de negocios. Otro factor que puede explicar estos resultados es que, a consecuencia del alto nivel de desempleo, similar a lo que sucedió a inicios de los 90´s (por la crisis económica, grado de inflación y nivel de desempleo que afrontaba el Perú), se pudo haber replicado un fenómeno inclinado a la gestación de emprendimientos por necesidad (con el propósito de generar un empleo). A nivel científico, lo expuesto anteriormente encuentra asidero con los estudios de Lungu et al. (2021) quienes en su investigación manifiestan cómo el COVID- 19 impacta en las nuevas oportunidades emprendedoras, y que a consecuencia de este contexto estas oportunidades se ven incrementadas.

Es preciso destacar que estos resultados deberán de evaluarse para futuros estudios teniendo en cuenta los contextos y el ecosistema de apoyo al emprendedor de cada país, ya que contrariamente al estudio de Lungu et al. (2021), citado en el párrafo anterior, los estudios efectuados por Soomro et al.(2021) sobre *"Impedimentos del COVID-19 y las Start ups en Pakistan Evidencias sobre la segunda Ola de la pandemia*" demuestran una percepción negativa en el marco del panorama empresarial frente a los indicios de la segunda ola, retrasándose así el desarrollo de las actividades empresariales.

4.6. Contribuciones de la Investigación

Desde esta investigación se contribuye a los estudios de las actitudes e intenciones emprendedoras, las mismas que de acuerdo con la evidencia literaria y estudios científicos analizados, orientan el comportamiento emprendedor y/o gestor de negocios, en esta ocasión desde un contexto global diferente a consecuencia de la pandemia, caracterizada por la generación de un escenario de incertidumbre.

También se ha buscado aportar a los estudios referidos al comportamiento humano (el mismo que es una temática transversal a las diversas disciplinas de las ciencias sociales), en este caso particular del comportamiento del emprendedor, el mismo que para las ciencias administrativas, como disciplina de las ciencias sociales, es sumamente relevante considerando el rol que cumple el emprendedor, por ejemplo, en la gestión del quehacer empresarial, creación de empresas y en la obtención de los propósitos empresariales; lo cual ha sido puesto en relieve por la doctrina literaria, investigaciones previas y en la teorías científicas de la administración con enfoque en personas.

Por otro lado, se ha aportado a los estudios emprendidos, desde las ciencias administrativas y aquellos que están por emprender, sobre la intención emprendedora y el grado de influencia que se presentan en ésta desde constructos como las actitudes y de los factores que la componen; considerando que son necesarios dentro de este campo, como lo destacan las teorías de la administración con enfoque en personas; las mismas que han puesto en relieve el lado humano de este campo, tal como lo manifiestan Chiavenato (2009), Orrego (2008) y Robbins y Coulter, (2005) en sus estudios sobre la administración y el comportamiento de los individuos.

Contribuir desde una investigación llevada a cabo en un contexto sin precedentes, como el de pandemia, a los conocimientos que aportan a la línea de investigación en emprendimiento promovida por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos– UNMSM a través de su Facultad de Ciencias Administrativas - UNMSM, (2019) es otro de los aportes del presente estudio.

Asimismo, este estudio presenta como uno de sus aportes la puesta en evidencia y análisis de la comparación de resultados con otros estudios desarrollados bajo el mismo enfoque y bajo el mismo paradigma (lo cual no había sido puesto en evidencia en otras investigaciones) quienes han analizado el fenómeno de estudio en un escenario de anterior a la pandemia en un escenario tanto nacional como de alcance internacional; buscando de esta manera contribuir a los análisis sobre la intención emprendedora en contextos distintos y a los estudios que puedan surgir en un escenario post-pandemia, en donde se podría profundizar sobre esta temática comparando 3 escenarios diferentes.

También, se desprende de esta investigación un aporte a las organizaciones que estén orientadas a la formación de los emprendedores y/o gestores de negocio desde un enfoque de proceso (competencias técnicas y personales) pues como destaca Schumpeter (1983) el emprendedor es la persona quien debe de gozar de las competencias necesarias para hacer funcionar una empresa, por lo que coincidiéndose con Chiavenato (2009) un líder de negocios que reconozca la influencia que tienen sus actitudes en su acciones, estará en mejores condiciones para alcanzar los propósitos y retos empresariales de una manera mucho más eficaz.

Dar a conocer la incidencia en la intención emprendedora de nuevos factores como la resiliencia en un contexto de incertidumbre y/o crisis gestada por el COVID-19, es otra de las contribuciones que se han gestado en esta investigación.

Finalmente, otro aporte, está referido a la exposición de resultados de estudios sobre la temática en espacios no universitarios. y que vinculen directamente a ambas variables, ampliándose así el espectro de investigación hacia otro tipo de sujetos de estudio, como lo son los emprendedores peruanos con idea de negocio en formación y negocios en marcha; e investigarlos frente a nuevos escenarios.

4.7. Impacto de la Investigación

A nivel de país (a gubernamental, educativo y social), los resultados expuestos, podrían influir en la implementación de manera efectiva de cambios en esquemas de

capacitación y/o enseñanzas que apunten al fortalecimiento de las actitudes emprendedoras, con especial énfasis en desarrollo de competencias no solo técnicas (que usualmente son impartidas como eje fundamental para la creación y/o gestación de emprendimientos), ya que como manifiestan Mata et al. (2015) las capacitaciones orientadas al emprendimiento apuestan tradicionalmente por un enfoque dirigido hacia la teoría más no se abocan a enseñar a desarrollar las habilidades, atributo y competencias que debería de tener un emprendedor. Por el contrario, formar desde las actitudes emprendedores tendrá como resultado el incremente de las probabilidades de éxito del emprendedor ya que como destaca Maxwell (2014) la actitud es quien determina los niveles de éxito o fracaso el quehacer de la persona, por lo que debe de contar con niveles elevados desde el iniciar una acción para que el resultado sea favorable, o como remarca Trias de Bes (2007), quien sostiene que el fracaso de los negocios muchas veces se da no solo por falta de competencias técnicas, sino por aspectos que están más relacionados al entorno del emprendedor y la postura que éste toma para afrontar las adversidades.

Finalmente, a nivel de impacto sostenible, el presente estudio incide en el fortalecimiento de los ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible, promovidos por la ONU, Organización de las Naciones Unidas, así esencialmente este vínculo se hace presente con el ODS 1, referido al Fin de la Pobreza; el ODS 4: orientado a la promoción y fortalecimiento del Trabajo Decente y Crecimiento Económico y el ODS 17, el cual incentiva a la Alianza para Lograr los Objetivos, debido a la contribución económica que genera las acciones relativas al emprendimiento, el alto grado de empleo y autoempleo que generan los emprendimientos y la relación entre empresa, academia y sector público para promover a la micro empresa, respectivamente.

CONCLUSIONES

A partir de la investigación desarrollada se han arribado a las siguientes conclusiones:

Habiendo desarrollado las pruebas estadísticas correspondientes, se ha validado la hipótesis general, por lo que es permitido concluir que existe un grado de influencia fuerte y perfecto entre la actitud y la intención emprendedoras de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID-19, siendo éste un periodo incierto considerando el panorama de incertidumbre que trajo consigo.

Los resultados de las pruebas estadísticas han logrado el objetivo de la presente investigación, determinándose así que el grado de influencia de la actitud emprendedora en la intención de emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial -APIE, en tiempos de COVID- 19 es positiva con una coeficiente de correlación de variables de 0.764; por tanto se ha constatado la influencia de la actitud en la intención emprendedora, particularmente en un nuevo contexto provocado por el COVID-19.

Se ha comprobado la hipótesis específica N°1, por lo que se puede afirmar que efectivamente existe influencia entre resiliencia e intención emprendedora de los emprendedores capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE en tiempos de COVID-19. La resiliencia ha demostrado un nivel de significancia positivo respecto a la intención emprendedora, sin embargo, el grado de correlación demostró ser menor al de los otros factores empleados.

Se ha comprobado la hipótesis específica N°2, por lo que se puede afirmar que efectivamente existe influencia entre la motivación de logro e intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID-19; por lo que se denota que a pesar de tratarse de un contexto incierto los emprendedores cuentan con la aspiración de hacer las cosas mejor y salir adelante.

Se ha comprobado la hipótesis específica N°3, por lo que se puede afirmar que efectivamente existe influencia entre la innovación e intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID-19. Es relevante considerar a este factor como uno de los que posee mayor influencia sobre la intención emprendedora, debido a que reporta un grado elevado de influencia sobre la variable dependiente luego de la autoconfianza.

Se ha comprobado la hipótesis específica N°4, por lo que se puede afirmar que efectivamente existe influencia entre el locus de control interno e intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID-19. En tal sentido se ha demostrado el grado de responsabilidad personal que tienen los emprendedores en sus acciones.

Se ha comprobado la hipótesis específica N° 5, por lo que se puede afirmar que efectivamente existe influencia entre autoconfianza e intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos de COVID-19. A la luz de los resultados es la autoconfianza el factor que mayor influencia tiene sobre la intención emprendedor, lo cual es validado por distintos estudios, por lo que trabajar ésta es indiscutible cuando se trate de incrementar los niveles de intención emprendedora de determinada población, dado que influye no solo en la intención emprendedora sino a lo largo del camino del emprendedor ante las distintas decisiones que éste deba de tomar, en donde, como es respaldado por la doctrina sobre el tema, la confianza en sí mismo juega un rol importante en todo proceso de emprendimiento.

Se ha identificado que no existe una diferencia significativa entre variables categóricas (grupo etario, sexo, residencia, nivel de educación y tipo de emprendedor) de los emprendedores capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, tiempos de COVID-19 y la intención emprendedora.

Se ha podido conocer evidencia científica de estudios similares llevados a cabo en periodos anteriores a la pandemia, en el Perú y en el extranjero, que demuestran una relación positiva entre las variables y factores materia de estudio y su influencia

en la intención emprendedora; sin embargo, a la luz de los resultados del análisis, pese a que todos los resultados son positivos en todos los estudios, si son comparados con el presente estudio, se puede concluir que existe una variación en los grados de influencia de algunos factores que influyen en la intención emprendedora en contextos diferentes, tales como: resiliencia, necesidad de logro y la autoconfianza.

Se ha podido constatar que hoy en día existen estudios que emplean nuevos factores que predicen las actitudes e intención emprendedora, por lo que este estudio se ha desarrollado teniendo en cuenta esta discusión doctrinal, dado que no existe un modelo único que determine la intención emprendedora y existen propuestas que apuntan a replantear nuevos factores que la compongan, teniendo en cuenta el contexto y sujetos de estudio.

No existe un factor que determine de manera unilateral a la intención emprendedora, sino que los factores a considerar deben de ser evaluados de acuerdo con el contexto y espacio. Es indispensable conocer el perfil del emprendedor para la determinación de los factores más apropiados.

Es necesario el trabajo en las actitudes emprendedoras como mecanismo de formación de todo emprendedor, pues éstas se configurarán en el punto de partida en el proceso emprendedor y arriban a una intención emprendedora positiva, tal como lo ha puesto en relieve la evidencia científica, que ha sido corroborada a través del presente estudio, lo cual demuestra que dependiendo de las actitudes se denota una futura decisión de actuar, en este caso en particular en el ámbito de los negocios, lo cual se materializa a través de la conducta emprendedora.

Producto de análisis de estudios previos sobre la materia, se concluye que las investigaciones que en mayor medida han sido efectuadas bajo el marco de esta temática se han desarrollado en espacios universitarios o netamente académicos y en un contexto en donde la pandemia provocada por el COVID-19 y sus variantes no se habían hecho presente.

De la misma manera, producto de la revisión literaria se concluye que las variables planteadas en el presente estudio, encuentran distintas denominaciones adoptadas por los estudiosos en el tema, así la variable actitud emprendedora, la

podemos encontrar como actitud hacia el emprendimiento, actitud para el emprendimiento, actitud hacia la conducta emprendedora; y de la variable intención emprendedora, es desarrollada a través de denominaciones como orientación emprendedora o comportamiento hacia el emprendimiento.

Es relevante trabajar no solo en la formación técnica de los emprendedores y/o gestores de negocios, que incluyen temas tales: plan de negocio, crecimiento y escalabilidad, posicionamiento de la idea en el mercado, entre otros, para lograr el desarrollo del emprendedor o su orientación al emprendimiento; sino también en las actitudes de éste, las cuales se vinculan con la orientación al emprendimiento y derivan en la conducta emprendedora, las cuales lo acompañan no solo en escenarios de creación de un emprendimiento sino incluso cuando éste se encuentre en marcha, o tenga que enfrentar escenarios como el provocado por la pandemia.

La actitud e intención emprendedora, como determinantes de la conducta emprendedora, puede ser medida y/o evaluada en distintas etapas del emprendimiento, ya sea desde la creación de una unidad empresarial, como también, es decir una empresa en marcha, por lo que para hacer posible esta medición, develar patrones de comportamiento de los sujetos de estudio y compararlos con otros escenarios con mayor exactitud será relevante poder apoyarnos en los métodos cuantitativos, los cuales ejercerán un rol de apoyo en investigaciones de tipo correlacional, tal como se ha podido identificar en los estudios analizados y la evidencia científica nacional e internacional recopilada para el logro de la comparación de estudios en distintos periodos.

No existe una definición única del emprendedor, ni tampoco características taxativas; a lo largo del tiempo desde la aparición del término en 1723, su acuñación ha estado orientada mayoritariamente para aquellos que identifican una oportunidad y trabajan para aprovecharla con el propósito de obtener una rentabilidad.

El concepto de emprendedor no solo está orientado a aquellos que inician una empresa, sino que también hacia aquellos que se encuentran desarrollando un plan para ponerla en marcha en el futuro, así mismo el término involucra a aquellos que trabajan para alguien pero que gestan oportunidades de desarrollo dentro de la organización, siendo esta figura conocida actualmente como “intraemprendedor”.

Las características que más se hacen perennes en los emprendedores es su carácter por pensar diferente, vivir en la incomodidad, el asociar elementos que aparentemente no tendrían ninguna funcionalidad o ver las dificultades como oportunidades.

El comportamiento humano forma parte y es sumamente necesario en las ciencias administrativas; su enseñanza es impartida en nuestro país, cada vez con mayor énfasis, en las instituciones u organizaciones promotoras de la formación emprendedores y/o gestores de negocios; coincidiéndose así con lo que se desprende de la doctrina literaria, así como de las teorías de la administración con enfoque en personas, las cuales se abocan principalmente al estudio de la actitud y su relación con el comportamiento del gestor de negocios, como elementos clave en el logro de los propósitos en el campo empresarial.

LIMITACIONES

Es conveniente exponer a continuación, las limitaciones afrontadas en este camino de investigación, siendo una de las principales, la escasa identificación de antecedentes que hayan tomado como sujeto de estudio a poblaciones no universitarias, dado que la gran mayoría de los estudios, han tomado como unidad de análisis a estudiantes de universidades o institutos, y son muy escasas las investigaciones vinculadas a la problemática de estudio relacionadas a contextos similares al que nos enfrentamos hoy. Sin embargo, los resultados e hipótesis planteadas en las evidencias científicas recopiladas fueron de utilidad para conocer los estudios previos que se habían desarrollado sobre el tema de investigación.

A nivel de trabajo de campo, la mayor limitación se presentó en la obtención de respuestas de los capacitados por APIE en zonas rurales de la sierra y la región selva; esta situación podría explicarse debido a que los datos se recopilaron de manera online, por lo que es probable que la limitación de conexión a internet o intermitencia de la señal existente en estas zonas haya influido en este proceso. Sin embargo, producto de repetidas insistencias se pudo recabar poco a poco las respuestas de mayor número emprendedores de las zonas en mención.

RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las recomendaciones del presente estudio dirigida a las organizaciones que imparten formación emprendedora, entes gubernamentales abocados al desarrollo de políticas de apoyo al emprendedor, científicos sociales y lectores interesados en profundizar sus conocimientos en esta temática. En la presente sección se considera a su vez las futuras líneas de investigación las cuales podrían seguir enriqueciendo la literatura emprendedora a nivel global.

Para las Organizaciones que Imparten Formación Emprendedora

Promover y/o fortalecer programas orientados al emprendimiento con un enfoque que parta del trabajo en las actitudes emprendedoras, considerando la importancia que tienen éstas en la conducta y/o decisión de emprender, como lo ha destacado la doctrina literaria. Lograr este objetivo podría tener resultados más efectivos que únicamente iniciar el proceso de emprender netamente desde la parte técnica como tradicionalmente se ha venido impulsado.

Sería deseable efectuar pruebas diagnóstico que permitan conocer el nivel de actitudes emprendedoras que tienen los participantes al iniciar un programa, y medir su evolución o variación a lo largo del mismo, con el propósito de identificar oportunidades de mejora durante su proceso de formación o identificar la probabilidad que podría tener dicha persona en emprender y así contar con datos más precisos sobre los resultados del programa que se ejecuta desde la organización que brinda talleres, programas o cursos.

Fortalecer a través de la formación emprendedora los factores que componen tanto a la actitud emprendedora como la Intención emprendedora, en especial la resiliencia y la autoconfianza, dada la incidencia que pueden tener en momentos de incertidumbre como los afrontados a consecuencia del COVID-19. Para hacerlo efectivo, se podría propiciar actividades de formación emprendedora que involucren el acompañamiento de mentores, conversatorios con emprendedores de éxito que hayan superados situaciones difíciles, dinámicas de reflexión sobre la importancia de la adaptación en tiempos de incertidumbre y la confianza en sí mismo; incidiéndose

así en factores clave que se convierten en una destacable fortaleza para todo aquel que desee involucrarse en el camino del emprendimiento y que se hacen presentes no solo al iniciar un emprendimiento, sino a lo largo de éste.

Para las Instituciones Promotoras de las Políticas de Apoyo al Emprendimiento

Gestar fondos de apoyo financiero, dirigido a incubadoras de negocios de instituciones académicas de nivel superior u organizaciones que participan en el ecosistema del emprendimiento e innovación del país, con el propósito de fortalecer las actividades en favor de la formación de las actitudes emprendedoras, considerando que a mediano o largo plazo ello tendría una incidencia en la promoción del emprendimiento, generación del empleo y desarrollo económico del país. De esta manera se materializaría en este campo el fortalecimiento del emprendimiento a través de una alianza de triple hélice, en donde existe un rol protagónico de: gobierno-academia y empresa, para el logro de los objetivos.

Para la Comunidad Científica

Continuar la aplicación del presente modelo no solo a entornos universitarios, con el propósito de gestar resultados que nos permitan conocer con mayor precisión la intención emprendedora en este campo y con posterioridad se puedan hacer los contrastes correspondientes que permitan arribar a nuevos resultados y/o identificar nuevos hallazgos.

Propiciar la exploración de la temática a través de nuevos factores determinantes de la actitud emprendedora y la intención emprendedora, o nuevos enfoques considerando los escenarios en los que se lleve a cabo la misma, ya que hechos inéditos como el generado a consecuencia del COVID 19, podrían llevarnos identificar el protagonismo de nuevos factores de medición para las variables materia de estudio, particularmente por la situación de incertidumbre por la que se encuentran atravesando los emprendedores.

De la misma manera desarrollar el estudio bajo otros enfoques epistemológicos, ya que como ha sido destacado por Bunge (1999) la elección de uno u otro enfoque permitirá arribar a distintas conclusiones y/o propuestas de solución; y como destaca Popper (1972) el conocimiento se forma a través de un conocimiento anterior, su modificación o rechazo, por lo que la ciencia es provisional; además porque en la ciencia cualquier 'verdad' es susceptible de cambiar con un nuevo estudio científico, como manifiesta Ramírez (2009). En tal sentido, lo estudios amparados en nuevos enfoques o basados en otras teorías podrán generar nuevas evidencias para la discusión intelectual.

Al ser el Perú un país pluricultural, sería deseable poder comparar la intención emprendedora en función a las regiones de residencia tomando en consideración muestras significativas de cada uno de los espacios geográficos, lo cual permitiría orientar políticas de apoyo al emprendedor en función al lugar en el que se encuentre.

Como parte de la recolección de los datos, en la medida que sea factible, tomar las encuestas de manera presencial, cuando se trate de poblaciones de la sierra o selva del país, dado que el limitado acceso a internet de esta parte del país podría limitar la participación de los emprendedores de otras regiones.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Como consecuencia de los temas estudiados, datos recolectados y resultados analizados, a lo largo del presente estudio han emergido nuevas interrogantes que podrían ser consideradas en futuras investigaciones orientadas a enriquecer el conocimiento científico sobre esta temática.

En tal sentido, se recomienda dar respuesta en futuras investigaciones a las siguientes interrogantes ¿Cómo se relacionarían ambas variables, considerando la experiencia previa de los sujetos de estudio en el campo del emprendimiento? ¿Cómo se relacionarían las variables específicamente en sujetos que no han tenido una educación superior? ¿Qué otros factores explicativos de las variables de estudio podrían ser incorporados en un escenario post pandemia? ¿De qué manera el progreso (el avance) de la emergencia sanitaria (variantes, viruela del mono y otros) influye en la intención emprendedora? ¿Qué factores serían los más idóneos si lo aplicásemos a una muestra de desempleados? ¿Cómo influye la actitud emprendedora en el desarrollo sostenible de las start-ups? ¿Cómo se desempeñan los factores del presente estudio en países de la región, tomando en consideración a los sujetos de estudio con características similares?; todas estas interrogantes fortalecerían el marco literario en el ámbito científico sobre el emprendimiento, abriendo nuevos panoramas en un país como el nuestro en el cual el espíritu emprendedor es ciertamente visible de manera bastante cercana.

Finalmente, la propuesta de incidir en investigaciones futuras se desprende de lo que el historiador y filósofo griego Plutarco remarcaba en una de sus más célebres frases «El conocimiento no es una vasija que se llena, sino un fuego que se enciende»(como se citó en León, 2021).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, E. (2021). Emprendimiento y resiliencia: caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de covid-19. *Desde El Sur*, *13*(1), 1–18. https://doi.org/10.21142/DES-1301-2021-0012

Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. *SSRN Electronic Journal*, *16*(January), 1–22. https://doi.org/10.2139/ssrn.1090372

Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, *20*, 1–63. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60411-6

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* (Primera). Prentice- Hall, Inc.,Upper Saddle Riveer, NJ 07458. https://archive.org/details/understandingatt00icek/page/194/mode/2up?view=theater

Alda-Varas, R., Villardón-Gallego, L., & Elexpuru-Albizuri, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Education Psychology*, *10*(28), 1057–1080. https://doi.org/10.25115/ejrep.v10i28.1549

Allport, G. (1961). *Pattern And Growth In Personality*. Hold, Rinehart and Winston, Inc. https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.199562

Allport, G. (1971). *La naturaleza del prejuicio*. EUDEBA - Editorial Universitaria de Buenos Aires.

Alvites-Huamaní, C., López, O., Berra, E., & Muñoz, S. I. (2020). Factores personales y psicológicos que influyen en la Intención Emprendedora en estudiantes de la Universidad de Panamá. *LEX - Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, *18*(25), 411. https://doi.org/10.21503/lex.v18i25.2112

Ander-Egg, E. (2016). *Diccionario de Psicología* (M. Cedrato (ed.); 3ra ed.). Editorial Brujas. http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1214/1/Ander-Psicología 3ra ed.pdf

Araya-Pizarro, S. (2021). Influencia de la educación emprendedora sobre la intención

de emprender del alumnado universitario. *Revista Educación*, *45*, 0–17. https://doi.org/10.15517/revedu.v45i1.43748

Arévalo, D., Vallejo-Medina, P., & Barreto-Galeano, P. (2018). Influencia del riesgo percibido, el locus de control y la necesidad de logro en el emprendimiento. In M. Sandoval (Ed.), *Procesos psicológicos del consumidor : temas escogidos de investigación* (Primera, pp. 191–202). Fundación Universitaria Konrad Lorenz. https://doi.org/10.14349/9789585804753.9

Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Sustainability*, *11*(16), 4314. https://doi.org/10.3390/su11164314

Astudillo, S., Bermeo, V., Serrano, A., & Andrade, R. (2021). Entrepreneurial intention in the students of a public and a private university in Ecuador. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, *15*(2), 90–103. https://doi.org/10.3232/GCG.2021.V15.N2.04

Azqueta, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. *El Desafío de Emprender En La Escuela Del Siglo XXI*, 21–39. https://idus.us.es/handle/11441/74177

Bagozzi, R. P. (1981). Attitudes, intentions, and behavior: A test of some key hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, *41*(4), 607–627. https://doi.org/10.1037/0022-3514.41.4.607

Baker, T., & Welter, F. (2015). Bridges to the future Challenging the nature of entrepreneurship scholarship. In T. Baker & F. Welter (Eds.), *The Routledge Companion to Entrepreneurship* (Primera, pp. 3–18). Routledge Taylor & Francis Group. https://doi.org/10.4324/9780203850701

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, *84*(2), 191–215. https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191

Barreno, E., Chue, J., Millones, R., Vásquez, F., & Castillo, C. (2013). *Estadística aplicada* (1st ed.). Universidad de Lima, Fondo Editorial.

Base de Datos de la Asociacion Peruana de Impulso Empresarial, A. (2022). *Emprendedores capacitados Abril 2020 - Abril 2022.*

Becoña, E. (2006). Resiliencia : definición, características y utilidad del concepto. *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, *11*(3), 125–146. https://doi.org/10.5944/rppc.vol.11.num.3.2006.4024

Benavides, M. del M., & Sánchez, I. (2000). El estudiante universitario como emprendedor: Un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados. In *Proyecto "Estudio y análisis de la problemática en la Universitat de València del proceso de creación de empresas"* (pp. 403–419). Universitat de València. https://www.uv.es/~motiva/libromotiva/24BenavidesSanchez.pdf

Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, *13*(3), 442–453. https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970

Bosma, N., & Kellyet, D. (2019). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report. In *Global Entrepreneurship Monitor*. https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report

Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, *23*(3), 509–520. https://doi.org/10.5465/255515

Bunge, M. (1999). *Buscar la filosofia en las ciencias sociales* (S. X. Editores (ed.); Primera).

Cano, C., García, J., & Gea, A. (2004). Actitudes Emprendedoras en Estudiantes Universitarios. In *The Entrepreneur and Starting Up new R&D&I Business* (Universida, p. 1157). https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=aIWzyLD4PUEC&oi=fnd&pg=PA143&dq=Actitudes+emprendedoras+en+los+estudiantes+universitarios.+&ots=klz_IVHr8_&sig=xiBnCWcF13buMlPdF-HtBlCokTg#v=onepage&q=Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios

Carsrud, A., Brännback, M., Elfving, J., & Brandt, K. (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind. In A. Carsrud & M. Brännback (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind*. Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0

Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. In *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional* (Issue 1, p. 21). https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf

Chambi, J., & Arohuanca-Percca, P. (2019). Estudio comparativo de intenciones emprendedoras en estudiantes de administración en la ciudad de Puno. *Global Business Administration Journal*, *3*(1), 11–17.

https://doi.org/10.31381/gbaj.v3i1.2288

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones* (Segunda). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Clark, J. (1907). *Essentials of Economic Theory* (Primera). The Macmillan Company. https://es.book4you.org/book/2358119/37053a

Cole, A. H. (1959). *Business Enterprise in Its Social Setting* (H. U. Press (ed.)).

Contreras, F., Espinosa, J. C., Soria, K., Portalanza, A., Jáuregui, K., & Omaña, J. (2017). Intención de emprendimiento en estudiantes de cinco países latinoamericanos y su relación con liderazgo, propensión al riesgo y locus de control,. *International Journal of Psychological Research*, *10*(2), 46–59. https://doi.org/10.21500/20112084.2794

Covin, J., & Slevin, D. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, *10*(1), 75–87. https://doi.org/10.1002/smj.4250100107

Da Fonseca, B. (2015). *Estudio de la Intencion Emprendedora en Portugal desde la Perspectiva de los Valores y del Género, Tesis Doctoral* [Universidad Nacional de Educación a Distancia]. http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:Psicologia-Bmdfonseca

De los Santos, S., Pérez, A., & Haidar, E. (2017). Motivacion al logro, innovación y control interno como factores cognitivos condicionantes de la intención empresarial en estudiantes universitarios. *XXII Congreso Internacional de Contaduria, Administracion e Informatica*. https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2017/8.03.pdf

De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self–efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In P. Reynolds, W. Bygrave, D. G. Meyer, S. Manigart, H. Sapienza, C. Mason, & K. G. Shaver (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research 1999 : proceedings of the Nineteenth Annual Entrepreneurship Research Conference* (pp. 73–87). Babson Park, Mass. : Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship, Babson College.

Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship* (primera). Harper & Row publishers. https://archive.org/details/innovationentrep0000druc/page/274/mode/2up?view=

theater

Drucker, P. (2006). *Innovation and entrepreneurship*. PerfectBound, HarperCollins Publishers. https://es.book4you.org/book/1177680/78db76

Durán, E. (2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia: validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Revista Educación y Futuro Digital*, *7*, 92. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6534614

Echevarría, C. (2020). *Actitudes , Orientación Emprendedora y Capacidad de Aprendizaje Organizacional en las Cooperativas Financieras (Tesis de Posgrado)* [Pontificia Universidad Católica del Perú]. http://hdl.handle.net/20.500.12404/17804

Echeverri-Sanchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., & Barrera-Del Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, *22*(2), 1. https://doi.org/10.15359/ree.22-2.10

Decreto de Urgencia Nº 029-2020, Peru, Diario Oficial Bicentenario el Peruano 2 (2020).

Ley de fomento a la cultura del emprendimiento, Pub. L. No. 1014 (2006). https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18924

Espíritu, R., & Sastre, M. (2008). Factores Explicativos Sobre la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios de la Comunidad de Madrid España. *Anais XIX Congreso Latinoamericano y Del Caribe Sobre El Espiritu Empresarial*. https://www.researchgate.net/profile/Roberto_Olmos/publication/38320122_Factores_explicativos_sobre_la_actitud_emprendedora_de_los_estudiantes_universitarios_de_la_comunidad_de_Madrid_Espaa/links/541481860cf2fa878ad3e99f.pdf

Facultad de Ciencias Administrativas - UNMSM. (2019). *Resolución de Decanato Nº 1164-D-FCA* (p. 4).

Farhat, D. (2020). Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, *25*(89). https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31386

Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, *30*(9), 701–720.

https://doi.org/10.1108/03090590610715022

Filion, L. (2019). Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME). In *Adminsitración y organizaciones* (Vol. 10, Issue 5, pp. 113–152). https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/301

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Vol. 5, Issue 3). Addison-Wesley Publishing Company Inc.

Flores, A. (2011). *La actitud innovadora: Cinco principios para generar una nueva forma de gestión* (M. Martinez (ed.); Primera). Netbiblo S L. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=WDqraTUsUOIC&oi=fnd&pg=PA16&dq=La+actitud+innovadora:+Cinco+principios+para+generar+una+nueva+forma+de+gestión&ots=B-19lfLDLx&sig=2h_luPkjGAovHMiwKmqJd1XosXk&redir_esc=y#v=onepage&q=La actitud innovadora%3A C

Fontaines, T., Palomo, M., & Victoria, M. (2015). Resiliencia como componente de la actitud emprendedora de los jovenes universitarios. *Revista Educación y Desarrollo Social*, *9*(1), 160–183. https://doi.org/https://doi.org/10.18359/reds.558

Frankl, V. (2014). *The Will To Meaning. Foundations and Applications of Logotherapy* (Edición Ex). Penguin Publishing Group.

García-Río, E., Baena-Luna, P., Sánchez-Torné, I., & Pérez-Suárez, M. (2021). Emprendimiento en tiempos de COVID-19: Una revisión bibliométrica. *Revista de Ciencias Sociales*, *27*(4), 76–93. https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36995

García, B., Díaz, M., & Melchor, I. (2015). Estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Universidad Autónoma de Aguascalientes y su intención emprendedora. *Red Internacional de Investigadores En Competitividad. Memoria Del IX Congreso*, 1695–1709.

García, R. (1986). Intención e intencionalidad: Estudio Comparativo. *Anales de Filosofía*, *4*, 147–156. https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/11500/1/Intención e intencionalidad, estudio comparativo.pdf

Gartner, W. (2015). Introducción. In T. Baker & F. Welter (Eds.), *The Routledge Companion to Entrepreneurship* (Primera, pp. xxi–xxiii). Routledge Taylor &

Francis Group. https://doi.org/10.4324/9780203850701

George, D., & Mallery, P. (2020). IBM SPSS Statistics 26 Step by Step. In *IBM SPSS Statistics 26 Step by Step* (Sixteenth). https://doi.org/10.4324/9780429056765

Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). Understanding the Process of Starting Small Businesses. *European Small Business Journal*, *1*(1), 26–45. https://doi.org/10.1177/026624268200100102

Global Entrepreneurship Monitor. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021 / 2022 Global Report Opportunity Amid Disruption*. Global Entrepreneurship Research Association,London Business School. https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption

Gomes, S., Sousa, M., Santos, T., Oliveira, J., Oliveira, M., & Lopes, J. M. (2021). Opening the "Black Box" of University Entrepreneurial Intention in the Era of the COVID-19 Pandemic. *Social Sciences*, *10*(5), 181. https://doi.org/10.3390/socsci10050181

Haro, M. del M. (2019). Autoconfianza versus autoeficacia del traductor: propuesta terminológica y estado de la cuestión. *Cadernos de Tradução*, *39*(2), 204–226. https://doi.org/10.5007/2175-7968.2019v39n2p204

Hébert, R., & Link, A. (2009). *A History of Entrepreneurship* (Primera). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203877326

Henderson, N., & Milstein, M. (1996). *Resiliency in schools, making it happen for students and educators*. Corwin Press, Inc. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=F1y6Q-NTgpEC&oi=fnd&pg=PP10&dq=Resiliency+in+schools,+making+it+happen+for+students+and+educators&ots=QwkznJS-Sy&sig=slHmn5kyPp8a_kW4Rjhq7jae0So&redir_esc=y#v=onepage&q=Resiliency in schools%2C making it happ

Hernández, R., Collado, F., & Batista, P. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN* (Sexta). McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta). Mc Graw Hill.

Herrera, C., & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, *4*(7), 7–30.

https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441

Hollnagel, E. (2006). Resilience: the Challenge of the unstable. In E. Hollnagel, D. Woods, & N. Levenson (Eds.), *Resilience Engineering* (pp. 9–17). Ashgate Publishing Limited. https://doi.org/https://doi.org/10.1201/9781315605685-2

Jaafari, A. (2001). Management of risks, uncertainties and opportunities on projects: time for a fundamental shift. *International Journal of Project Management*, *19*(2), 89–101. https://doi.org/10.1016/S0263-7863(99)00047-2

Jaimes, F., Jaramillo, M., & Pérez, M. (2017). Jaimes. *Revista Venezolana de Gerencia*, *22*(77), 210. https://doi.org/10.31876/revista.v22i78.22875

Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia. In *Empresarialidad Este de Asia América Latina* (pp. 1–139). Banco Interamericano de Desarrollo,Subdepartamento de Empresa Privada y Mercados Financieros División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa Hugo. http://www.iadb.org/sds/sme o http://www.iadb.org/sds/ifm_s.htm

Katz, J. (1992). A Psychosocial Cognitive Model of Employment Status Choice. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *17*(1), 29–37. https://doi.org/10.1177/104225879201700104

Kim, M.-S., & Hunter, J. (1993). Relationships Among Attitudes, Behavioral Intentions, and Behavior. *Communication Research*, *20*(3), 331–364. https://doi.org/10.1177/009365093020003001

Kirzner, I. (1983). Uncertainty, Discovery, and Human Action: A Study of the Entrepreneurial Profile in the Misesian System .Essays in Honor of Ludwig von Mises. In I. Kirzner (Ed.), *Method, Process, and Austrian Economics* (pp. 139–160). D.C. Heath and Company. https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.371.7824&rep=rep1&type=pdf

Knight, F. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit* (D. Herz & V. Weinberger (eds.)). Houghton Mifflin Company. https://es.book4you.org/book/3715365/f2381a

Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, *28*(4), 502–527. https://doi.org/10.1016/j.joep.2006.11.002

Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of Technology*

Management & Innovation, *13*(4), 84–93. https://doi.org/10.4067/S0718-27242018000400084

Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of Technology Management & Innovation*, *15*(2), 71–80. https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071

Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *18*(1), 5–21. https://doi.org/10.1177/104225879301800101

Kuhn, T. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas.* Fondo de Cultura Económica.

Laguía, A., Jaén, I., Topa, G., & Moriano, J. (2019). University environment and entrepreneurial intention: the mediating role of the components of the theory of planned behaviour. *Revista de Psicología Social*, *34*(1), 137–167. https://doi.org/10.1080/02134748.2018.1542789

Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, *16*(1). https://doi.org/10.11144/javeriana.upsy16-1.vcie

Landström, H. (2015). Entrepreneurship research and its historical background. In T. Baker & F. Welter (Eds.), *The Routledge Companion to Entrepreneurship* (Primera, pp. 21–40). Routledge Taylor & Francis Group. https://doi.org/10.4324/9780203850701

Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *31*(3), 341–364. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x

Lee, Y., Kreiser, P., Wrede, A., & Kogelen, S. (2018). University-Based Education and the formation of entrepreneurial capabilities. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, *1*(4), 304–329. https://doi.org/10.1177/2515127418788893

Lefcourt, H. M. (1991). Locus of Control. In J. Robinson, P. Shaver, & W. Lawrence (Eds.), *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes* (pp. 413–499). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-590241-0.50013-7

Leite, E., Bezerra, R., & Sánchez - Fernández, M. (2015). La innovación y las condiciones para desarrollar el espíritu emprendedor. *Revista Universitaria Ruta*, *17*(2), 58–79. https://revistas.userena.cl/index.php/ruta/article/view/756

León, F. (2015). La Resiliencia : Su Aplicación en el Sector Empresarial. *Contribuciones a La Economía*, 8. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53370540/resiliencia-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1663113007&Signature=WWVHphO4bXn0u4Fx24P5mx7kGsllMRiRmd5FWYRAgj230M~r9yTlfhA4l1kuSGSvOipaIIzKlnbKZsO7XQVW12f9C916l5ETobJkIhn-A0l0rpJndD-S73Pr~aCq5VmwNhtnGkzrNwlDyBtf

León, G. (2021). FACSALUD UNEMI. *FACSALUD UNEMI*, *4*, 79. http://biblioteca.uam.es/documentos/Jornadas_REBIUN/3 - biblioteca_universitaria_CRAI.pdf

Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Shafique, M., Farhan, S., & Kofi, S. (2020). Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality. *Frontiers in Psychology*, *11*(August), 1–19. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01611

Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, *4*(3), 257–272. https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a two-country Sample. In *Documents de treball* (06/7).

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J., & Rueda-Cantuche, J. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *7*(2), 195–218. https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z

Lopes, J., Gomes, S., Santos, T., Oliveira, M., & Oliveira, J. (2021). Entrepreneurial Intention before and during COVID-19—A Case Study on Portuguese University Students. *Education Sciences*, *11*(6), 273. https://doi.org/10.3390/educsci11060273

López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., Díaz-Ramiro, E., & Martín-Seoane, G. (2021). Perfil emprendedor de estudiantes universitarios: un modelo predictivo. *Revista de Educacion*, *2021*(392), 11–33. https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2021-392-477

Lozano, L., & Espinoza, M. F. (2016). Espíritu emprendedor: actitud de cambio para la innovación y emprendimiento. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, *1*(4), 31–35. https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol1iss4.2016pp31-35

Luna-Arocas, R. (2002). Análisis del concepto multidimensional de la motivación de logro de Cassidy y Lynn. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, *12*(12), 113–127. https://doi.org/10.5209/CESE.10686

Lungu, A., Bogoslov, I., Stoica, E., & Georgescu, M. (2021). From Decision to Survival—Shifting the Paradigm in Entrepreneurship during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, *13*(14), 7674. https://doi.org/10.3390/su13147674

Lussier, R., & Achua, C. (2016). Liderazgo teoría, aplicación y desarrollo de habilidades. In *Liderazgo* (Cuarta). https://www.academia.edu/33254885/Teoría_aplicación_y_desarrollo_de_habilidades_Liderazgo_Cuarta_edición

Madden, T., Ellen, P., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *18*(1), 3–9. https://doi.org/10.1177/0146167292181001

Maluk, O. (2020). Conexión de la propensión al riesgo con el modelo TPB para la acción emprendedora. Validación de un nuevo constructo fiable para el riesgo. *Revista Espacios*, *41*(21), 22–41. https://ww.revistaespacios.com/a20v41n21/a20v41n21p03.pdf

Mandgundjava, W. (2009). The Relationship of Resilience and entrepreneurial intentions. In A. Katrinli (Ed.), *Proceedings of Intrenational Entrepreneurship Congress 2009: "SMEs and Entrepreneurship"* (Vol. 4, pp. 199–204). Đzmir University of Economics. https://www.mendeley.com/catalogue/8c227f46-47fc-35d4-b0dc-12ca37dad24f/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B6e6b1651-3722-4a11-b864-8f0198b65c03%7D

Martin, N. (2020). *Mejora tu capacidad de resiliencia* (Titivillus (ed.)). https://es.book4you.org/book/5834254/0bdd8d

Martinez, R., Tuya, L., Martinez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlacion de los rangos de Spearman caracterizacion. *Revista Habanera de Ciencias Médicas.*, *8*(2), 20. https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf

Massey, R. (2014). The Entrepreneur: Who Is He ? *Relations Industrielles*, *9*(3), 245–258. https://doi.org/10.7202/1022869ar

Mata, A., Francisco, M., Martínez, E., Alcocer, R., Castillo, A., & Vázquez, V. (2015).

Competencias claves para el emprendimiento. La perspectiva de los estudiantes. *Universo de Ala Tecnolí*, *700*, 13–15.

Maxwell, J. (2014). *¿Que Tan Alto Quiere Llegar? Determine su éxito Cultivando la Actitud Correcta* (G. Lelli (ed.)). Grupo Nelson, Inc. https://ie42003cgalbarracin.edu.pe/biblioteca/LIBR-NIV214072020105808.pdf

McClelland, D. (1989). Estudio de la Motivación Humana. In *Estudio de la Motivación Humana*. Narcea S.A De Ediciones.

McMullen, J., & Shepherd, D. (2014). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. In *A Psychological Approach to Entrepreneurship* (Vol. 31, Issue 1, pp. 3–23). Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.4337/9781783479801.00007

Mejia, E. (2005). *Metodología de la investigación científica* (Primera). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Ministerio de la Producción. (2021). *Programa Tu Empresa*. https://emprendedorperuano.produce.gob.pe/Home/Index.

Mitton, D. (1989). The Compleat Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *13*(3), 9–20. https://doi.org/10.1177/104225878901300303

Molina-Sabando, L., Briones-Véliz, I., & Arteaga-Coello, H. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, *2*(4), 498–510. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v2i4.275

Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía Didát* (Primera). Universidad Surcolombiana.

Musetsho, T., & Lethoko, M. (2017). An Evaluative Study on the Effect of Entrepreneurial Education Curriculum on Students at the University of Venda, South Africa. *Independent Journal of Teaching and Learning*, *12*(1), 74–89. https://hdl.handle.net/10520/EJC-77dd0cf95

Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, *43*(3), 452–467. https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716

Nieß, C., & Biemann, T. (2014). The role of risk propensity in predicting self-employment. *Journal of Applied Psychology*, *99*(5), 1000–1009. https://doi.org/10.1037/a0035992

Oliveras, G., Jiménez, J., & Baran, M. (2017). La intención emprendedora en estudiantes universitarios con y sin formación en emprendedorismo: un estudio exploratorio. In R. Ascúa, S. Roitter, P. Alvarez, & V. González (Eds.), *XXII Reunión Anual Red Pymes Mercosur* (pp. 12–21). Universidad Católica del Uruguay. http://redpymes.org.ar/wp-content/uploads/2020/07/Emprendimiento-y-desarrollo-de-las-PYMEs-2.pdf#page=12

Oriol-Bosch, A. (2012). Resilience. *Educación Médica*, *15*(2), 77–79. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-409548-9.10751-1

Oros, L. (2005). Locus de control: Evolución de su concepto y operacionalización. *Revista de Psicología*, *14*(1), 89. https://doi.org/10.5354/0719-0581.2005.17338

Orrego, I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, *16*(20), 225–235. https://www.redalyc.org/pdf/1513/151312829001.pdf#:~:text=Ciertamente%2C la dimensión humana del emprendi-miento percibe al,ambiente en ese sentido%2C trasciende el ámbito individual

Parsons, S. (2020). Entrepreneurs and Uncertainty: Max Weber and the Sociology of Economic Action. *Review of Political Economy*, *32*(2), 149–162. https://doi.org/10.1080/09538259.2019.1689634

Peneder, M. (2009). The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept. *Journal of Industry, Competition and Trade*, *9*(2), 77–99. https://doi.org/10.1007/s10842-009-0052-7

Phuong, T. H., & Hieu, T. T. (2015). Predictors of Entrepreneurial Intentions of Undergraduate Students in Vietnam: An Empirical Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *5*(8), 46–55. https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v5-i8/1759

Decreto Legislativo N°1455, Perú, Diario el peruano 2 (2020). https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-legislativo-que-crea-el-programa-reactiva-peru-par-decreto-legislativo-no-1455-1865394-1

Popescu, C., Bostan, I., Robu, I.-B., Maxim, A., & Diaconu, L. (2016). An Analysis of the Determinants of Entrepreneurial Intentions among Students: A Romanian Case Study. *Sustainability*, *8*(8), 771. https://doi.org/10.3390/su8080771

Popper, K. (1972). *Objetive, Knowledge. An Evolutionary Approach* (Primera). Oxford University Press Inc. https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/0308596195900071

Querejazu, C. V. (2021). Emprendimiento femenino en Bolivia y autoconfianza. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, *36*, 43–78. https://doi.org/https://doi.org/10.35319/lajed.202136452

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 Posgrado, con mención en Docencia Universitaria Universidad Nacional de Educación Enrique Guzman y Valle]. In *Universidad Nacional De Educación Enrique Guzman Y Valle Alma Máter De Magisterio Nacional Escuela De Posgrado*. http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1327

Ramírez, A. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. *American College of Occupational and Environmental Medicine*, *70*(3), 217–224. https://doi.org/https://doi.org/10.15381/anales.v70i3.943

Reinoso, J., & Serna, L. (2017). *Modelo integral de aprendizaje para el emprendimiento: una vision sistemica desde la actitud emprendedora* (Primera). Sello Editorial Universidad del Tolima. https://elibro.net/es/lc/ipae/titulos/71074

Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava). Pearson.

Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (15th ed.). Pearson. https://es.book4you.org/book/5707043/d5e1fd

Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *15*(4), 13–32. https://doi.org/10.1177/104225879101500405

Rocha, W., & Giraldo, G. de J. (2015). Propensión a asumir riesgos, tomar decisiones y tolerar la incertidumbre en los emprendedores de Valledupar. *Investigium Ire Ciencias Sociales y Humanas*, *VI*(2), 24–37. https://doi.org/10.15658/CESMAG15.05060203

Romero, J., Gutiérrez, J., Hernández, L., & Portillo, R. (2021). Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos. *Revista de Ciencias Sociales*, *XXVII*(4), 113–128. https://doi.org/10.31876/rcs.v27i4.37237

Romero, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Enfermería Del Trabajo*, *6*(3), 105–114. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043

Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of

reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, *80*(1), 1–28. https://doi.org/10.1037/h0092976

Sabino, C. (1992). El proceso de investigacion. In Panapo (Ed.), *El Proceso De Investigación* (Vol. 4). https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35032164/55-sabino-pp1-92.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1518968529&Signature=z2UyLbNGjtlUVNjrHJ9ueRKqmIE%3D&response-content-disposition=inline%3B filename%3D55-sabino-pp1-92.pdf

Sánchez–García, J. C., & Hernández–Sánchez, B. (2016). Influencia del Programa Emprendedor Universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora. *PAMPA*, *13*(13), 55–75. https://doi.org/10.14409/pampa.v0i13.5906

Sanchez, A. (2006). Peter drucker, innovador maestro de la administracion de empresas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, *II*(2), 69–89. https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v2i2.1492

Sánchez, J. (2015). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio* (IC EDITORIAL (ed.); Primera).

Sánchez, J., Aldana, R., De Dios, S., & Yurrebaso, A. (2012). La motivación y la intención emprendedora. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, *4*(1), 521–531. http://hdl.handle.net/10662/3361

Sánchez, J., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, *15*(January), 37–60. http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Sanchez05.pdf

Sánchez, J., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, *5*(2), 401–473. https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190

Sandoval, E. (2020). *Autoconfianza y Autoestima: Cómo Superar la Ansiedad el Miedo en sí Mismo a Través de la Atención Plena y la Meditación. Logre la Autodisciplina, el Amor Propio, el Respeto Propio y Despeje su Mente*. Independently Published.

Santiago, V., Márquez, P., De Oro, C., & Ardila, R. (2017). Perfil de los empresarios colombianos a partir de los datos del Global Entrepreneurship Monitor. *Fórum Empresarial*, *22*(1 Verano), 1–21. https://doi.org/10.33801/fe.v22i1.11930

Schumpeter, J. (1943). Capitalism, socialism and democracy. In *Capitalism, Socialism*

and Democracy. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315270548-17

Schumpeter, J. (1983). *The Theory of Economic Development*. Transaction Publishers. https://es.book4you.org/book/2590977/549811

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *11*(1), 42–57. https://doi.org/10.1108/13552550510580834

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at. In *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* (p. 63). University of St.Gallen (KMU-HSG). https://www.alexandria.unisg.ch/export/DL/231546.pdf

Siles, M. (2020). *Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo (Tesis de posgrado)* [Universidad Peruana Unión]. http://hdl.handle.net/20.500.12840/3255

Solís, V., & Castillo, B. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 76–95. https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609

Soomro, B. A., & Shah, N. (2015). Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. *Journal of Enterprise Information Management*, *28*(2), 304–322. https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2014-0070

Soomro, B., Lakhan, G., & Shah, N. (2021). COVID-19 impediments and business start-ups in Pakistan: Evidence from the second wave of the pandemic. *Managerial and Decision Economics*, *42*(7), 1909–1918. https://doi.org/10.1002/mde.3445

Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S., & Campo, S. (2016). Determinantes De La Intención Emprendedora: Nueva Evidencia. *Interciencia*, *41*(5), 325–329. http://200.11.53.159/handle/ulima/2378?show=full

Soria-Barreto, K., Zúñiga-Jara, S., & Ruiz-Campo, M. (2014). Autoeficacia, control interno y Propensión al Riesgo: Determinantes de la Intención emprendedora. *XXX Encuetro Nacional de Facultades de Administración y Economía ENEFA Proceedings*, *7*, 540–569. http://www.asfae.cl/images/stories/papers/PDF_ENEFA_2014/2/208.pdf

Stanley, N. Y. (1962). Intolerance of ambiguity as a personality variable1. *Journal of Personality*, *30*(1), 29–50. https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1962.tb02303.x

Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C.-L., & Xu, D. (2021). Factors

Influencing Entrepreneurial Intention of University Students in China: Integrating the Perceived University Support and Theory of Planned Behavior. *Sustainability*, *13*(8), 4519. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su13084519

SUNARP. (2017). *Partida Registral de la Asociación Peruana de Impulso Empresarial N° 13928425* (p. 1). https://www.sunarp.gob.pe/BUS-PERSONAS-JURIDICAS.ASP

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (Cuarta). Limusa SA.

Tarapuez, E., & Botero, J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, *20*(34), 39–63. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=

Tarapuez, E., Guzmán, B., & Parra, R. (2018). Intención emprendedora y aspectos sociodemográficos en Colombia. *Revista ESPACIOS*, *39*(28), 19. https://www.revistaespacios.com/a18v39n28/18392819.html

Thompson, E. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *33*(3), 669–694. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x

Tracy, B., & Stein, C. (2018). *Si lo crees, lo Creas* (P. R. H. G. E. México (ed.)). https://es.book4you.org/book/11902931/8a757c

Trias de Bes, F. (2007). *El libro Negro del Emprendedor*. Empresa Activa.

Van Praag, C. M., & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, *29*(4), 351–382. https://doi.org/10.1007/s11187-007-9074-x

Vásquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención de emprendimiento de universitarios adultos con experiencia laboral (Tesis de Posgrado)* [Universidad San Ignacio de Loyola]. https://doi.org/10.20511/USIL.thesis/2705

Veciana, J. (2005). *La creación de empresas Un enfoque gerencial* (p. 312). www.estudios.lacaixa.es

Vélez, C., Bustamante, M., Loor, B., & Afcha, S. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación Universitaria*, *13*(2), 63–72. https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063

Verdera, F. (2014). *La población joven: ¿qué edades abarca?* Organización Internacional Del Trabajo. https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/jov_edad.pdf

Villacis, J., Méndez, J., & Méndez, M. (2018). Actitud emprendedora: motor de liderazgo e innovación. *Contribuciones a La Economía*. https://www.eumed.net/rev/ce/2018/1/actitud-emprendedora.html

W. Kuehn, K. (2008). Entrepreneurial intentions research: implications for entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*, *11*(87–98). http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.117.1930&rep=rep1&type=pdf#page=13

Ward, A., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J. (2019). Entrepreneurial Intentions in Students from a Trans-National Perspective. *Administrative Sciences*, *9*(2), 37. https://doi.org/10.3390/admsci9020037

Woods, D. (2006). Essential characteristics of resilience. In E. Hollnagel, D. Woods, & N. Levenson (Eds.), *Resilience Engineering* (pp. 21–34). Ashgate Publishing Limited. https://qualitysafety.bmj.com/lookup/doi/10.1136/qshc.2006.018390

Zani, R. M., Sabir Ahmad, S., & Zakaria, A. (2016). The Predictors of Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students. *E-Academia Journal UiTMT*, *5*(2), 148–158. https://e-ajuitmct.uitm.edu.my/v2/images/vol5issue2/CRPID54-THEPREDICTORSOFENTREPRENEURIALINTENTION.pdf

Zhang, Y., Duysters, G., & Cloodt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *10*(3), 623–641. https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z

Zhao, H., Seibert, S., & Hills, G. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, *90*(6), 1265–1272. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265

Zorrilla, J. (2009). *Las etapas del empresario moderno* (p. 10). El Cid Editor | apuntes. https://elibro.net/es/ereader/ipae/29769

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

TÍTULO: La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE, en tiempos del COVID- 19.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS
PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el grado de influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19?	OBJETIVO GENERAL Determinar el grado de influencia de la actitud emprendedora en la intención de emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial -APIE, en tiempos del COVID- 19.	HIPÓTESIS GENERAL La actitud emprendedora influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.	**VARIABLE INDEPENDIENTE** X: Actitud emprendedora	X1. Resiliencia X1:Logro X2: Innovación X3: Locus de control Interno X4: Autoconfianza	**TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS** Se elaborará un cuestionario de preguntas. **TRATAMIENTO ESTADISTICO** La información será tratada a través del software estadístico de SPSS y MINITAB.
PROBLEMA ESPECÍFICO 1	**OBJETIVO ESPECÍFICO 1**	**HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1**			
¿Cuál es el grado de influencia de la resiliencia en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19?	Determinar el grado de influencia de la resiliencia en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.	La resiliencia influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID-19.			
PROBLEMA ESPECÍFICO 2	**OBJETIVO ESPECÍFICO 2**	**HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2**			
¿Cuál es el grado de influencia de la motivación de logro en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19?	Determinar el grado de influencia de la motivación de logro en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.	La motivación de logro influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.			
PROBLEMA ESPECÍFICO 3	**OBJETIVO ESPECÍFICO 3**	**HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3**			
¿Cuál es el grado de influencia de la innovación en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19?	Determinar el grado influencia de la innovación en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.	La innovación influye en la Intención Emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID-19.	**VARIABLE DEPENDIENTE** Y: Intención emprendedora	Y1 :Tolerancia a la ambigüedad Y2: Propensión a tomar riesgos Y3: Motivación para la creación de empresa Y4: Valoración del medio ambiente cercano Y5: Capacitación	
PROBLEMA ESPECÍFICO 4	**OBJETIVO ESPECÍFICO 4**	**HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4**			
¿Cuál es el grado de influencia del locus de control interno en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19?	Determinar el grado de influencia del locus de control interno en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.	El locus de control interno influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.			
PROBLEMA ESPECÍFICO 5	**OBJETIVO ESPECÍFICO 5**	**HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5**			
¿Cuál es el grado de influencia de la autoconfianza en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19?	Determinar el grado de la autoconfianza en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE, en tiempos del COVID- 19.	La autoconfianza influye en la intención emprendedora de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso empresarial - APIE,en tiempos del COVID-19.			

Anexo 2: Instrumento de Recolección de Datos

Estimado(a) Emprendedor(a)

Reciba un cordial saludo, mediante el presente la(o) invito a formar parte del presente cuestionario, el cual tiene como propósito recoger su opinión sobre su actitud e intención emprendedora.

El presente cuestionario está dirigido a las personas capacitadas por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial en temas empresariales y de negocios durante tiempos del Covid- 19.

Muchas gracias de antemano por su valioso tiempo y colaboración en la presente investigación.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Soy conocedor(a) del propósito de la presente investigación y accedo voluntariamente a que la información que se desprenda ésta sea considerada para los fines académicos antes descritos**.**

Si ☐ No ☐

Nombres y Apellidos .....

Rango de Edad

Entre 15 y 19 años	☐
Entre 20 y 29 años	☐
Entre 30 y 39 años	☐
Entre 40 y 49 años	☐
Entre 50 y 59 años	☐
De 60 a más.	☐

Nivel de instrucción educativa más alto culminado

Primaria	
Secundaria	
Educación Técnica	
Educación Universitaria - Pregrado	
Educación Universitaria - Postgrado	
Ninguno	

Región de Residencia

Sexo

Femenino	
Masculino	

Marcar lo opción que mejor lo represente

Soy una persona con idea de negocio en formación (se encuentra fortaleciendo su idea con capacitaciones)	
Soy una persona con idea de negocio en marcha (ya se encuentra comercializando productos o servicios en el mercado)	
Ninguna de las anteriores	

INSTRUCCIONES:

Lea cada enunciado y seleccione la opción más afín a su opinión. No hay respuesta buena o mala.

Indique en las opciones siguientes la alternativa que mejor la representen de acuerdo a la siguiente escala:

1: Muy en desacuerdo

2: Desacuerdo

3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Muy de acuerdo

ITEM	Enunciado de la pregunta	1	2	3	4	5
ACTITUD EMPRENDEDORA						
Resiliencia						
1	Frente a escenarios difíciles se debe de mantener una actitud positiva y de transformación					
2	El emprendedor debe de ser capaz de afrontar situaciones adversas					
3	Frente a situaciones de adversidad tengo la capacidad de sobreponerme y seguir adelante					
4	No permito que el estrés me venza					
Necesidad de Logro						
5	Para alcanzar mis objetivos, requiero de motivación					
6	Una clave para el éxito en los negocios es no procrastinar, es decir dejar las cosas para después					
7	Quiero tener mi propia empresa Si ya tengo mi empresa, quiero desarrollar nuevas iniciativas de negocio dentro de mi empresa					
8	Tener mi propia empresa, me hará sentir orgulloso Si ya tengo mi empresa, el tener mi empresa me hace sentir orgulloso					
Innovación						
9	Para que un emprendimiento tenga buenos resultados, se requiere de ideas nuevas u originales					
10	Pensar diferente es parte de la creatividad					
11	Me considero una persona con ideas creativas					
12	Me adapto fácilmente a los entornos de cambios					
Locus de Control Interno						
13	Emprender requiere enfrentarse a nuevos retos					
14	Toda experiencia me genera un aprendizaje					
15	Soy una persona organizada					
16	Cuando tengo retos en el camino hacia mis objetivos, tengo la capacidad de superarlos					
Autoconfianza						
17	Si las personas tienen confianza en ellas mismas, alcanzarán sus metas					
18	El emprendedor debe de ser capaz de poner en práctica sus ideas					
19	Mis capacidades me ayudarán a lograr mis objetivo					
20	Tengo la capacidad de resolver situaciones adversas por mí mismo					

ITEM	Enunciado de la pregunta	1	2	3	4	5
INTENCIÓN EMPRENDEDORA						
Tolerancia a la ambigüedad						
21	Quien desea emprender, debe de ser capaz de manejar situaciones de incertidumbre					
22	Participaría en proyectos a pesar que no conozca los resultados con certeza					
23	Me considero una persona capaz de manejar situaciones de incertidumbre					
24	Disfruto participar en actividades que tendrán un alto grado de aventura					
Propensión al riesgo						
25	El riesgo está presente en el camino hacia los objetivos					
26	Quienes asumen riesgos tienen más posibilidades de salir adelante que las que no se arriesgan					
27	El emprendedor, debe de estar dispuesto a tomar riesgos					
28	Para crecer debo de asumir riesgos					
Motivación por emprender						
29	El ser emprendedor me proporcionaría o proporciona un mejor status social.					
30	Prefiero la independencia laboral					
31	Tener mi propia empresa me generará o genera una satisfacción personal					
32	Deseo generar mis propias oportunidades a través de mi propio emprendimiento					
Valoración del Medio Ambiente Cercano						
33	Para emprender es bueno rodearnos de personas que conozcan o tengan experiencia en el campo del emprendimiento					
34	Valoro la opinión de las personas de mi entorno cercano					
35	El tener familia o amigos emprendedores influiría en mi intención de emprender					
36	Mi red de contactos tendría o tiene una influencia importante en el éxito de mi idea de negocio.					
Capacitación						
37	La capacitación empresarial es parte fundamental en mi desarrollo como emprendedor					
38	Asisto continuamente a talleres de emprendimiento					
39	Estar capacitado , me dará mayor seguridad para abrir mi propia empresa					
40	Me siento capacitado para abrir mi propio negocio Si ya estoy emprendiendo me siento capacitado para generar cambios en busca de nuevas oportunidades empresariales					

Anexo 3: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	Item	Escala
ACTITUD EMPRENDEDORA	La actitud emprendedora es un factor indispensable en el camino del emprendedor que lo llevará a lograr el objetivo deseado: crear una empresa, tomar la decisión de llevar a cabo un proyecto o mejorar los procesos dentro de una organización ya existente **Sánchez (2015)**	Resiliencia	La resiliencia es una actitud que se materializa a través de un estilo de vida, que hace frente a situaciones complicadas o difíciles, y que parte de la capacidad de pensar de forma diferente al afrontar situaciones de incertidumbre. **Martin (2020)**	1	1: Muy en desacuerdo 2: Desacuerdo 3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo
				2	
				3	
				4	
		Motivación de Logro	**McClelland (1989)** manifiesta que la motivación de logro está orientada a hacer las cosas de una manera mejor y que mientras más elevada sea la motivación de logro en las personas serán más poseedoras de un espíritu emprendedor y más proclives a promover empresa.	5	
				6	
				7	
				8	
		Innovación	**Robinson et al., (1991)** la innovación en los negocios se trata de hacer cosas nuevas y únicas	9	
				10	
				11	
				12	
		Locus de Control Interno	**Rotter (1966)** (...) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo)"	13	
				14	
				15	
				16	
		Autoconfianza	**Sandoval (2020)**. indica que "la "confianza" es un estado en el que alguien siente una cierta verdad sobre algo (...) Es la seguridad en ti mismo de que las cosas van a suceder correctamente" (pág.378)	17	
				18	
				19	
				20	

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	Item	ESCALA
INTENCIÓN EMPRENDEDORA	La intención emprendedora es el grado de compromiso futuro que las personas tienen por optar o no por: la creación de una nueva empresa, o desarrollar una nueva propuesta de valor al interior de en una organización ya existente, manifiesta **Krueger (1993).**	Tolerancia a la ambigüedad o a la incertidumbre	**Mitton (1989*)*** indica que una de las características de los emprendedores es apostar por lo desconocido , por lo que quienes emprenden se desenvuelven en un entorno de incertidumbre	21 22 23 24	1: Muy en desacuerdo 2: Desacuerdo 3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo
		Propensión a Tomar Riesgos	**Para Sánchez et al. (2005)** este factor es definido como la disposición a asumir riegos de parte de un individuo.	25 26 27 28	
		Motivación para emprender	**Gibb y Ritchie, (1982)** señalan que dentro de las 6 etapas para la creación de un negocio o emprender, la primera de ellas es el adquirir la motivación, la cual funcionará como un estimulante y compromiso para lograr el objetivo de crear un negocio.	29 30 31 32	
		Valoración del medio ambiente cercano	**Liñán (2008)** señala que la valoración del medio ambiente cercano es la probabilidad de inclinarse hacia la aprobación de una decisión de ser emprendedor a partir de la influencia de la familia, amigos o colegas.	33 34 35 36	
		Capacitación	De acuerdo a **Liñán et al. (2011).** La capacitación es considerada como un factor clave que contribuye a mejorar el potencial de los emprendedores, como en el nacimiento de los mismos.	37 38 39 40	

Anexo 4: Validación de los Instrumentos de Recolección de Datos

Experto 1

Ficha del Informe de opinión de expertos

Título de la investigación: La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE en tiempos de COVID- 19.

Nombre del instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres: BARRUETO PEREZ MARIA TERESA
1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente UPG-FCC-UNMSM

II. DATOS DEL TESISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Puch Coronado Mariella Elizabeth
1.2 Maestría: en Administración con mención en Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN: ´

Instrucciones: Registrar el porcentaje en número en el recuadro que corresponda.

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				90	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					95
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				90	
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.				90	
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				90	
6. INTENCIONALIDAD	ado Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.					95
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.				90	

8.COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices				90	
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación				90	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					95

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: ...92... %

V. INFORME DE APLICABILIDAD:

Indicar "Si" en donde corresponda.

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	SI
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.	NO

Firma del Experto Informante.

DRA. MARÍA TERESA BARRUETO PÉREZ

DNI N° 07585683

Celular 999089095

Experto 2

Ficha del Informe de opinión de expertos

Título de la investigación: La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE en tiempos de COVID-19

Nombre del instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres:
Terrones Tello Giuliano-Nicola Luiggi-Enrique
1.2 Cargo e Institución donde labora:
Gerente general de APIE – Asociación Peruana de Impulso Empresarial

II. DATOS DEL TESISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Puch Coronado Mariella Elizabeth
1.2 Maestría: en Administración con mención en Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN: ´

Instrucciones: Registrar el porcentaje en número en el recuadro que corresponda.

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				90	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					96
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					91
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					92
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				90	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.					94
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.					92
8. COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices				90	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación				90	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					95

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: …92… %

V. INFORME DE APLICABILIDAD:

Indicar "Si" en donde corresponda.

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	SI
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.	

Firma del Experto Informante
Magister Giuliano-Nicola Terrones Tello
DNI N° 47903049

Experto 3

Ficha del Informe de opinión de expertos

Título de la investigación: La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE en tiempos de COVID- 19.

Nombre del instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres: Herrera Del Águila Carlos Andrés

1.2 Cargo e Institución donde labora: Miembro del Consejo Directivo de la Asociación Peruana de Impulso Empresarial (APIE). Asesor y Expositor en Talleres de Emprendimiento dirigido a los Emprendedores de APIE

II. DATOS DEL TESISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Puch Coronado Mariella Elizabeth

1.2 Maestría: en Administración con mención en Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Instrucciones: Registrar el porcentaje en número en el recuadro que corresponda.

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100%
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				90%	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				90%	
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.				90%	
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			70%		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.				85%	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.				80%	

8.COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices				90%	
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación				85%	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					100%

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 87,6 %

V. INFORME DE APLICABILIDAD:

Indicar "Si" en donde corresponda.

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	SI
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.	

Firma del Experto Informante.

DNI 45125880

C. 992475505

Experto 4

Ficha del Informe de opinión de expertos

Título de la investigación: La influencia de la actitud emprendedora en la intención emprendedora, de los capacitados por la Asociación Peruana de Impulso Empresarial- APIE en tiempos de COVID-19

Nombre del instrumento: Cuestionario

I. DATOS DEL INFORMANTE:

1.1 Apellidos y Nombres: Barrueto Castillo Enrique Omar
1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente en Universidad Nacional del Callao y Universidad Privada del Norte.

II. DATOS DEL TESISTA:

1.1 Apellidos y Nombres: Puch Coronado Mariella Elizabeth
1.2 Maestría: en Administración con mención en Gestión Empresarial

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Instrucciones: Registrar el porcentaje en número en el recuadro que corresponda.

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-30%	Regular 31-50%	Buena 51-70%	Muy Buena 71-90%	Excelente 91-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				90%	
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100%
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					100%
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					95%
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar.					95%
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos del tema de investigación.				90%	

8.COHERENCIA	Entre dimensiones (si hubiera), indicadores, ítems e índices				90%	
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación					98%
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					100%

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95.3 %

V. INFORME DE APLICABILIDAD:

Indicar "Si" en donde corresponda.

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado	SI
El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.	

Firma del Experto Informante.

Mg. Enrique Omar Barrueto Castillo
DNI 44709864

Correo barruetoc.enrique@gmail.com