



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Psicología

Escuela Académico Profesional de Psicología

**Factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el
emprendimiento en finalistas de la primera
convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Psicóloga

AUTOR

Suseyla Roxana SARMIENTO PRIETO

ASESOR

Mildred Teresa PAREDES TARAZONA

Lima, Perú

2016



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

Sarmiento, S. (2016). *Factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Psicología, Escuela Académico Profesional de Psicología]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Este trabajo está dedicado a mis padres:

Amanda Prieto y Freddy Sarmiento.

Agradecimientos:

A mi asesora, la Dra. Mildred Paredes por su minucioso seguimiento y consejo.

Al Dr. Jorge Inche por brindarme las facilidades para aplicar las pruebas a los finalistas de la primera convocatoria del San Marcos Challenge.

A mi familia, por su comprensión e inigualable apoyo.

A Juan Pablo Canchari que en todo momento me ayudo a continuar.

A mis compañeros de la universidad y mis profesores por su acompañamiento en mi formación.

RESUMEN

Estudia la relación entre el factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú. Diseño descriptivo-correlacional, los datos del Factor Tesón con las Actitudes hacia el emprendimiento, obtenidos en población total de 36 finalistas a la primera convocatoria San Marcos Challenge, con la Escala de dimensión de la personalidad: Tesón (Big Five) de confiabilidad 0,69 para Escrupulosidad y 0,70 para Perseverancia, Solf (2004) y la Escala de Actitudes hacia el Emprendimiento, Paredes y Col (2010), confiabilidad de 0,83. Los resultados analizados con estadísticos descriptivos e inferenciales de Spearman, para dos dimensiones se utilizaron Pearson (DO y DR). Se concluye que hay relación entre el factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

Palabras claves: Tesón, emprendimiento, perseverancia, innovación y San Marcos Challenge.

ABSTRACT

It studies the relationship between the conscientiousness factor of the "Big Five" model and attitudes towards entrepreneurship in finalists of the first call of San Marcos Challenge-UNMSM, Peru. Descriptive-correlational design, the data of the Factor conscientiousness with the Attitudes towards the enterprise, obtained in total population of 36 finalists to the first call San Marcos Challenge, with the Scale of dimension of the personality: conscientiousness (Big Five) of reliability 0.69 For scrupulousness and 0.70 for Perseverance, Solf (2004) and the Scale of Attitudes towards Entrepreneurship, Paredes and Col (2010), reliability of 0.83. The results analyzed with descriptive and inferential statistics of Spearman, for two dimensions were used Pearson (DO and DR). It conclude that there is a relationship between conscientiousness factor of the "Big Five" model and attitudes toward entrepreneurship in finalists of the first call of San Marcos Challenge-UNMSM, Peru.

Key words: conscientiousness, entrepreneurship, perseverance, innovation and San Marcos Challenge

ÍNDICE

CAPÍTULO I	12
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	12
1.1 Planteamiento del Problema de Investigación.....	12
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema General	14
1.2.2 Problemas Específicos.....	14
1.3 Justificación e importancia del estudio	15
1.4 Limitación de la Investigación	17
1.5 Delimitación de los objetivos	17
1.5.1 Objetivo General.....	17
1.5.2 Objetivos Específicos	17
CAPÍTULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1 Antecedentes del estudio.....	19
2.2 Bases teóricas del estudio.....	26
2.2.1 Tesón: Una de las grandes dimensiones de la personalidad.....	26
2.2.2 Emprendimiento	29
2.2.3 Emprendimiento y personalidad	35
2.3 Definición de variables y conceptos	36
2.3.1 Definición de variables	36
2.3.2 Definición de conceptos	37
2.4 Hipótesis de la investigación	39
2.4.1 Hipótesis General.....	39
2.4.2 Hipótesis específicas.....	39
CAPÍTULO III	41
METODOLOGÍA.....	41
3.1 Tipo y diseño de investigación	41
3.2 Diseño de investigación	41
3.3 Población y muestra	41
3.4 Instrumento y técnicas de recolección de datos	42
3.4.1 Escala de Actitudes hacia el emprendimiento (EAE-2010).....	42
3.4.2 Escala de dimensión de personalidad: Tesón.....	44
3.5 Procedimiento de recolección de datos.....	45
3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	45
CAPÍTULO IV.....	47
RESULTADOS	47

4.1	Análisis de Confiabilidad de Factor Tesón de modelo “Big Five”	47
4.2	Análisis de Confiabilidad Escala de Actitudes hacia el Emprendimiento ...	49
4.3	Análisis Descriptivos y de Normalidad.....	54
4.4	Análisis Correlacional	57
4.5	Análisis comparativos	58
CAPÍTULO V.....		63
DISCUSIÓN		63
CONCLUSIONES.....		69
RECOMENDACIONES		71
RECONOCIMIENTO		73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		74
ANEXOS.....		80

ÍNDICE DE TABLA

<i>Tabla 1: Variables y dimensiones de estudio</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 2: Características sociodemográficas de la muestra de emprendedores</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 3: Especificaciones: Actitudes hacia el Emprendimiento.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 4: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión Escrupulosidad</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 5: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión Perseverancia.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 6: Correlaciones ítem-test corregidas de la Dimensión de Disposición a la Oportunidad</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 7: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Disposición a la Innovación</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 8: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Disposición al Riesgo</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 9: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Aprovechamiento y Responsabilidad de Recursos Económicos y Humanos</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 10: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Administración del Caos y Estabilidad y Serenidad frente a la Incertidumbre</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 11: Estadísticos descriptivos de las variables Tesón y Emprendimiento.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 12: Análisis de normalidad de las variables Tesón y Emprendimiento</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 13: Matriz de correlaciones entre las variables Tesón y Emprendimientos....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 14: Análisis comparativo de las variables Tesón y Emprendimiento según tenencia de prototipo</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 15: Análisis comparativo de las variables Tesón y Emprendimiento según si la familia cuenta con negocio propio</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 16: Frecuencia y porcentajes de la pregunta: desea ser empresario</i>	<i>62</i>

INTRODUCCIÓN

La presente investigación aborda aspectos de la personalidad y la disposición al emprendimiento, centrado en el factor tesón del modelo “Big Five”, y las actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge del Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Se puede afirmar, en contextos actuales la importancia que el emprendimiento ha tomado, en todo contexto socio económico en el que tiene por objetivo incrementar el desarrollo socioeconómico de sus miembros, generando empleo, condiciones saludables y de bienestar en toda la población de un país; en este sentido se entiende al emprendimiento como disposición a la oportunidad, innovación, riesgo, al aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano, a la estabilidad y serenidad en incertidumbre y a la administración del caos.

Descriptores que se diagnostica por la disposición positiva o negativa mediante la actitud de emprender, aunado o relacionando, ligado a estructura estable de toda persona como son los rasgos de personalidad, identificado por el modelo factorial de Big Five, Caprana, Barbaranelli, y Borgogni (1995) encontrado al contrastar la hipótesis en finalistas del concurso de innovación y emprendimiento, que en su naturaleza de la convocatoria es que los participantes

tienen el reto de diseñar propuestas novedosas frente a una necesidad requerida que las empresas participantes han propuesto a la Convocatoria.

Las variables estudiadas interactúan entre sí, ante el reto de ganar o salir airoso luego del proceso de crear, diseñar y sustentar sus propuestas novedosas, que permitan solucionar las dolencias que plantearon las empresas que forman parte de la primera convocatoria San Marcos Challenge. Las empresas que asumieron este reto de lanzar sus desafíos con la finalidad de encontrar soluciones novedosas e innovadores fueron: Sedapal, Cogorno y Filasur.

Al encontrar un vínculo de relación entre ambas variables, es un gran aporte para el conocimiento del ámbito de la Psicología Organizacional aplicado al sector empresarial que demanda soluciones creativas o que sean observados en la formación académica que refuercen o incentiven comportamientos en innovación mediante programas académico de formación y desarrollo de competencias en alumnos, docentes y egresados-consultores, para fortalecer la formación integral, ya que, hoy en día se busca que las universidades transmitan conocimientos con la calidad humana, con espacios de aprendizaje a través de la práctica, aún más si estas se vinculan con las empresas que presentan prospectiva de desarrollo logrados mediante la innovación, presentados como reto a los docentes y estudiantes de la universidad.

En esa perspectiva, la investigación se propuso encontrar la relación entre el factor tesón y las actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge. El presente estudio ha comprobado dicha relación, cuyo resultado nos posibilita en el futuro tener una aproximación válida

para continuar el estudio en las MYPES, el sector que representa el 80% del sector económico nacional.

Se inicia el presente estudio con el planteamiento y formulación del problema, justificación e importancia del tema, sus limitaciones y delimitación de los objetivos.

En el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico conceptual, presentando los antecedentes del estudio y bases teóricas ubicadas a nivel nacional e internacional en lo referentes a los estudios del factor tesón y la actitud hacia el emprendimiento; relación entre ambas variables, definición de variables y conceptos; así como, el diseño de hipótesis de investigación.

El capítulo tercero, aborda los aspectos metodológicos. Se presenta el tipo y diseño de la investigación, la descripción de la población general como muestra del presente estudio, descripción de variables estudiadas, los instrumentos utilizados con sus respectivas valides y confiabilidad, el procedimiento de recolección de datos, así mismo las técnicas de procedimientos y de análisis de datos, básicamente no paramétricos.

Los resultados son expuestos en el cuarto capítulo; y la discusión de los mismos, en el quinto capítulo; siendo los resultados aplicados al tipo de población estudiada.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas; consignando como anexo los instrumentos utilizados.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Planteamiento del Problema de Investigación

Los continuos avances científicos y la globalización económica y cultural en toda sociedad, por el proceso de interacción en contextos sociales como la organización, favorecen la rápida transformación del ser humano, generando una gran repercusión e impacto en la sociedad. En el ámbito laboral, muchas personas se orientan en la perspectiva de buscar posiciones dependientes o de empleado, que genera preocupación para la obtención de un empleo que cubra sus expectativas, que posibilite su desarrollo, motivación que otros le proporcionen, sin embargo, existe otro grupo de personas que presentan un espíritu emprendedor, o psicológicamente hablando una actitud de emprendedor, que encamina su energía, vitalidad y perseverancia, en la búsqueda de empleo o el autoempleo, en el caso de las MYPES que llevan a la innovación que facilite el surgimiento de nuevas empresas. Uribe y De Pablo (2011) señalan a Campos hacia 1997, que el emprendedor viene a ser “una persona con empuje e iniciativa, que se lanza a la aventura de crear una empresa, superando las dificultades que puedan encontrarse en dicho proceso”.

En el transcurso de la historia se observa el desarrollo de nuevos emprendimientos que impulsan la creación y el desarrollo de nuevas empresas, las que son una fuente de crecimiento de un país, porque favorece el empleo y la salud de su población; así mismo se observa que la población de nuestro país es emprendedora; motivo que nos lleva a considerar la importancia de entender los patrones determinantes de la actitud hacia el emprendimiento; es decir identificar a las variables que direccionan el surgimiento de nuevas empresas con sostenibilidad.

Estas variables no constituyen un grupo homogéneo de características únicas, sin embargo, son factores o rasgos que se encuentran presentes en el comportamiento del emprendedor que lleva a un profundo debate sobre cómo generar entornos que permitan la creación de empresas con potencial de expansión y desarrollo, donde surjan nuevas ideas de negocios viables y rentables en el tiempo. De todas las variables que puedan existir se considera importante vincular en el presente estudio la personalidad, para ser más precisos el factor de tesón del modelo factorial "Big Five", Caprana, Barbaranelli, y Borgogni (1995), Cano, Rodríguez, García, Antuña (2005), afirman que el factor de tesón viene hacer lo organizado (escrupuloso), y lo tenaz (perseverancia), y para Solf (2004), tiene relación significativa con el logro de objetivos. Las actitudes hacia el emprendimiento son aprendidas en contextos del grupo primario (la familia) y secundario (la empresa), lo que lleva ratificar que los emprendedores hoy en día están transformando el mundo teniendo como base su cultura.

La Universidad Nacional Mayor de San Marcos viene impulsando la creación de emprendimientos, en inculcar una cultura emprendedora entre

sus alumnos y docentes; jugando un rol importante en la generación de conocimientos que contribuyan a resolver desafíos de las empresas y del país en sí, de esta manera se genera una mayor actividad económica y riqueza que redundará en el beneficio de toda la sociedad; lo que le ha llevado a desarrollar el proyecto San Marcos Challenge. Que viene a ser un concurso que vincula a estudiantes, docentes y egresados- consultores con empresas que presentan desafíos y lanzan retos con el propósito de encontrar soluciones novedosas e innovadoras.

Por las razones expuestas se formula a continuación la pregunta, porqué se considera conveniente realizar un estudio sobre la relación entre el factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Existe relación entre el factor Tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?

1.2.2 Problemas Específicos

1. ¿Existe relación entre la disposición a la oportunidad y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?
2. ¿Existe relación entre la disposición a la innovación y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?

3. ¿Existe relación entre la disposición al riesgo y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?
4. ¿Existe relación entre el aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?
5. ¿Existe relación entre la estabilidad y serenidad en incertidumbre y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?
6. ¿Existe relación entre la administración de caos y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?
7. ¿Existe relación entre las actitudes hacia el emprendimiento y la escrupulosidad en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?
8. ¿Existe relación entre las actitudes hacia el emprendimiento y la perseverancia en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú?

1.3 Justificación e importancia del estudio

El tema de investigación es importante porque permite identificar el emprendimiento mediante las actitudes, ante un reto que dan la empresas, identificadas por el Centro de Innovación y Emprendimiento (CIE) de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en la Primera Convocatoria San Marcos Challenge- UNMSM. El mismo que es un concurso de innovación y emprendimiento, que tiene sus orígenes en una fusión mixta de las experiencias recogidas del Instituto Tecnológico Technion de Israel; Instituto

Internacional para la Innovación Empresarial 3I de Chile (Universidad Técnica Federico Santa María) y Centro Europeo de Empresas Innovadoras-CEE de España, que propician la incubación de empresas. En este contexto el CIE construye un espacio de reto para resolver problemas empresariales con una PEA calificada mediante el concurso. Es así, que asumen este reto las personas que por su naturaleza se puede presumir que su emprendimiento es alto o existente en dicha población, lo cual ha posibilitado vincular la disposición hacia el emprendimiento con un factor fundamental que es la personalidad, de manera profusa el Tesón del modelo factorial "Big Five". Modelo de personalidad que de manera factorial describe una característica que todo emprendedor debe tener descrito en dos dimensiones la escrupulosidad y la perseverancia.

La investigación tiene un sentido teórico-científico por que los resultados contribuirán al desarrollo de la ciencia, a partir de relacionar dos variables, una variable mediadora fundamental que es la personalidad y constituida en el desarrollo del emprendedor y la formación de su disposición valorativa mediante la actitud hacia el emprendimiento. La actitud como variable psicosocial va dar la energía para el mantenimiento o la emisión de la conducta, sino es de manera inmediata será mediata. Asimismo, posibilita ser un estudio base para abrir nuevas investigaciones que proporcionen conocimientos y su transferencia para propiciar mayores emprendimientos mediante concursos que fomente el desarrollo de nuevas empresas como las Pymes.

Se considera de importancia, la presente investigación por estar vinculado a los objetivos del milenio y a cumplir una de las misiones de nuestra universidad “lograr el desarrollo y la transferencia del conocimiento”.

1.4 Limitación de la Investigación

La presente investigación presenta la restricción en la generalización de los resultados obtenidos, circunscribiéndose los hallazgos del estudio, para los finalistas del concurso San Marcos Challenge-UNMSM; por lo que no podemos generalizar los resultados a todos los investigadores y/o emprendedores; pero queda abierta la posibilidad de realizar futuras investigaciones que sea factible la generalización de la relación las variables de personalidad y emprendimiento.

1.5 Delimitación de los objetivos

1.5.1 Objetivo General

Establecer la relación entre el factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

1.5.2 Objetivos Específicos

1. Establecer la relación entre la disposición a la oportunidad y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.
2. Establecer la relación entre la disposición a la innovación y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

3. Establecer la relación entre la disposición al riesgo y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.
4. Establecer la relación entre el aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.
5. Establecer la relación entre la estabilidad y serenidad en incertidumbre y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.
6. Establecer la relación entre la administración de caos y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.
7. Establecer la relación entre las actitudes hacia el emprendimiento y la escrupulosidad en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.
8. Establecer la relación entre las actitudes hacia el emprendimiento y la perseverancia en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

Teniendo en consideración las variables del presente estudio, las investigaciones revisadas están referidas a: el Factor Tesón y las actitudes hacia el emprendimiento.

A continuación resumimos algunas investigaciones internacionales y nacionales pertinentes al objeto de nuestra investigación:

Investigaciones en el extranjero

Soria, Zuñiga y Ruiz (2016), en su investigación sobre determinantes de la intención emprendedora: Nueva evidencia, en estudiantes de una escuela de negocios universitaria chilena, considera como factores explicativos la autoeficacia, el grado de autocontrol interno y el grado de aversión al riesgo. Los resultados del estudio muestran que el grado de aversión al riesgo de los estudiantes afecta significativamente y de manera positiva y directa su intención por emprender. Por lo contrario la autoeficacia y el autocontrol interno, si bien se vinculan con la intención emprendedora de manera positiva, lo hacen de forma indirecta y a través de la aversión al riesgo.

Elizondo, Donolo y Corbalán (2009), en su investigación sobre la evaluación de la creatividad ¿relaciones con la inteligencia y personalidad?, cuyo objetivo fue analizar las relaciones entre inteligencia y creatividad, así como, ésta última variable y personalidad. La muestra estuvo conformada por 132 alumnos de la carrera de Psicología de la Universidad de Murcia y se utilizaron como instrumentos la Prueba de Inteligencia Creativa CREA (Corbalán, Martínez, Donolo, Alonso, Tejerina, Arreal y Limiñana, 2003), el Test de Factor “g” de Cattell y Cattell (1973) y los cuestionarios de personalidad CEP de Pinillos (1957) y Big Five BFQ de Caprara, Barbaranelli y Borgogni (1993). De los resultados se observa correlaciones y diferencias de media significativas entre mediciones de creatividad y ciertas dimensiones y subdimensiones de personalidad, por el contrario, en las correlaciones entre creatividad e inteligencia fueron bajas y no significativas.

Delicio (2007), en su investigación sobre la vocación emprendedora de los estudiantes y las motivaciones que llevan a dicha vocación en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, de la Universidad Nacional de Mar Del Plata- UNMDP, Argentina. La muestra estuvo conformada por 47 estudiantes del último año de la Carrera de Contador Público y Administración. Los resultados indican que la proporción de estudiantes con vocación emprendedora es baja (14.89%), el ejemplo familiar como modelo a seguir para desarrollar una vocación emprendedora en los estudiantes es escasa, la experiencia laboral y la formación académica que reciben de la universidad es un buen complemento para intentar su propio emprendimiento (57,14%), sin embargo es insuficiente, la universidad está formando alumnos para la gran empresa, que no es precisamente la generadora de empleo.

Martínez, Redondo, Rúa y Fabra (s.f.), en su investigación sobre los factores de personalidad (Big Five) y rendimiento académico en asignaturas cuantitativas de ADE. La muestra estuvo conformada por 126 estudiantes de últimos años de la carrera de licenciatura en Administración de Empresas (ADE) de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Los cursos analizados fueron Matemáticas, Optimización, Matemática Financiera y Estadística I, para medir la personalidad utilizo el modelo de los Big Five o Cinco Grandes Factores (Digman y Jhon, 1990). Los resultados muestran que de todas las dimensiones de personalidad del modelo Big Five, sólo presenta efectos significativos en el rendimiento académico es la dimensión Tesón (con sus subdimensiones escrupulosidad y perseverancia), hay que hacer notar que en el caso del curso de estadística, la influencia del tesón solo es significativa para las mujeres.

Krauss (2011), en su investigación sobre las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica de Uruguay. Se analiza las actitudes emprendedoras de los estudiantes y su evolución desde que ingresan a la universidad hasta tres años de experiencia académica. Se consideran las actitudes de asunción al riesgo, control interno percibido, necesidad de logro, autoestima e innovación. Se analizó a los mismos estudiantes durante tres años para conocer su evolución (estudio longitudinal) así como los estudiantes que estaban en el mismo año en diferentes carreras (estudio transversal). Los estudiantes que pertenecían a carreras empresariales (EE) eran los de: Dirección de empresas, Negocios internacionales, Economía, Contador público y Relaciones Laborales. Los de carreras no empresariales (EnoE) eran: Ingeniería, Comunicación, Derecho,

Psicología. En total se aplicaron 886 cuestionarios. El resultado que se obtiene es la disminución de las actitudes emprendedoras al pasar los años de estudios. Los alumnos cuyos padres son empresarios, poseen una mayor asunción al riesgo y tienen una mayor necesidad de logro.

Roth y Lacoa (s.f.), en su investigación sobre el Análisis Psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: medición, relaciones y predicción. Aborda el tema de la actitud emprendedora desde una triple perspectiva. En primer lugar, se exploraron las posibilidades de medición de dicha actitud; para ello se adaptó, a la población universitaria boliviana, una escala desarrollada en otro contexto cultural llevándose a cabo de manera exitosa su prueba psicométrica. En segundo lugar, el estudio reporta una serie de relaciones entre la actitud emprendedora y otras variables psicológicas tales como la disposición a cambiar, la ego-resiliencia, la auto-eficacia emocional y los valores de apertura al cambio. Los resultados muestran correlaciones significativas entre alta actitud emprendedora y todas las variables mencionadas. Por el contrario la baja actitud emprendedora no exhibió correlaciones relevantes con ninguna de tales variables. En tercer lugar, el análisis de regresión múltiple permitió vislumbrar un modelo para la predicción de la actitud emprendedora a partir de la disposición a cambiar, de la ego-resiliencia y de los valores de autodirección y logro. Finalmente se discuten los resultados generales a la luz de la necesidad de generar condiciones para la formación de la actitud y conducta emprendedoras.

Investigaciones nacionales

Paredes, Hernández, Campos, Vicuña, Merino, Morocho y Quezada (2014), en su investigación sobre un programa de alfabetización económica en el desarrollo de conductas de emprendimiento en pobladores quechua hablantes de Caraz, Ancash, se empleó un diseño cuasiexperimental pre y postprueba, y cualitativa entorno al imaginario colectivo. La muestra del grupo experimental que estuvo constituida por 21 madres del Caserío Queral y, grupo de control, 22 madres de familia del 3er Grado de la I. E. 2 de Mayo de Caraz. Se aplicó: Cuestionario de conocimiento de saberes, Registro de Observación de Conductas de Emprendimiento (ROCE-2010) y la Escala de Actitudes hacia el Emprendimiento (EAE-2010). Los resultados evidencian que el programa de alfabetización económica afecta las conductas de emprendimiento.

Loli, Del Carpio y Vergara (2012), en su estudio sobre las actitudes hacia el emprendimiento, necesidad de logro y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de universidades públicas de Lima Metropolitana. Trabajaron con una muestra de 657 sujetos que estudian diversas especialidades que cursan entre el primer y décimo ciclo de estudios. Los resultados mostraron que la mayoría de estudiantes tienen una actitud positiva de creatividad y emprendimiento; asimismo hay una asociación altamente significativa de las actitudes de emprendimiento con la intención de desarrollar un negocio y aquel con la necesidad de logro, disminuyendo la significancia al asociar la necesidad de logro con la intención de desarrollar un negocio. Respecto de las variables demográficas, sociales y organizacionales y su relación con el emprendimiento no se encuentran diferencias significativas

cuando se comparan entre universidades, salvo cuando se trata de la experiencia laboral de los sujetos; tampoco se encuentran diferencias con las variables género, edad, estado civil y ciclos de estudio.

Loli, Aliaga, Del Carpio, Vergara y Aliaga, R. (2011). En su investigación sobre las actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de la Universidad Nacional Agraria – La Molina. La muestra estuvo conformada por 262 estudiantes de diversas especialidades, encontrándose entre primer y décimo ciclo de estudios. Los resultados evidencian que la mayoría de estudiantes tiene una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento, asimismo, se encuentra una asociación significativa con la intención de desarrollar un negocio, respecto a las variables demográficas y sociales, existe diferencia significativa entre la experiencia laboral y los ciclos de estudios en los que se encuentra el estudiante, además no existe asociación significativa con la variable edad, género y estado civil.

Loli, Dextre, Del Carpio y La Jara. (2010), en su investigación desarrollada sobre la actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. La muestra estuvo conformada por 202 sujetos que realizan estudios universitarios de ingenierías en diversas especialidades, encontrándose entre el primer y décimo ciclo. Los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento; asimismo, la correlación entre la creatividad y los componentes del emprendimiento arroja una asociación significativa y positiva, del mismo modo, existe diferencias significativas de acuerdo a los ciclos de

estudios a los que se encuentran, experiencia laboral, la intención de desarrollar un negocio y la necesidad de asistencia financiera.

Mavila, Tinoco y Campos (2009), en su estudio que tiene por objeto conocer los factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en una muestra de 449 estudiantes del primer ciclo de estudios. Los resultados permitieron establecer cuatro factores que explican la capacidad de emprendimiento de los jóvenes ingresantes a la universidad: capacidad de relacionarse socialmente, creatividad, capacidad de planificación y capacidad de realización personal, las dimensiones que más se aproximan a los puntajes ideales son: realización personal y planificación. Asimismo, se evidencia que existe alta habilidad emprendedora, y según la facultad, los alumnos que presentan puntajes altos serían de las facultades de Ingeniería Industrial, Ciencias Administrativas y Ciencias Contables, por otro lado, los estudiantes que trabajan a tiempo completo y vienen de colegios privados tienden a ser más emprendedores.

Loli, Del Carpio y La Jara. (2009), en su investigación desarrollada sobre la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú) y su relación con algunas variables demográficas. La muestra estuvo conformada por 182 estudiantes del tercero y quinto año de estudio. En ella hallaron que la mayoría de estudiantes tiene una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento, y que existe una relación significativa con variables de edad, ciclo de estudios, facultad al que pertenecen, desarrollo de emprendimiento y sector de actividad para emprender.

Solf (2006) en su investigación sobre la motivación intrínseca laboral y su relación con las variables de personalidad Orientación a la Meta y Tesón, afín de remplazar la variable Necesidad de Crecimiento del Modelo Motivacional propuesto por Hackman y Oldham. La muestra estaba conformada por 228 empleados de una empresa textil, pertenecientes a 60 cargos diferentes. Los resultados mostraron que la relación Motivación Intrínseca Laboral presenta una relación positiva con la Orientación a la meta centrada en el aprendizaje ($r=0,43$; $p < 0,01$), la orientación a la meta-aprendizaje está relacionada positivamente con motivación intrínseca laboral y tesón, los sujetos con MO-Desempeño-Evitación presentan una relación negativa con perseverancia (-0.42), esto es, que a mayor evitación presentarían menos perseverancia.

2.2 Bases teóricas del estudio

2.2.1 Tesón: Una de las grandes dimensiones de la personalidad

La personalidad un sistema complejo y dinámico de elementos psicológicos que interactúan recíprocamente los unos con los otros (Caprara y Cervone, 2000, en Bermúdez, Pérez, Ruiz, Sanjuán y Rueda, 2013), esta complejidad en la que está envuelta el individuo desde su experiencia de vida, así como de la forma de expresar su conducta y de ser percibida por él y por los demás. La personalidad está integrada tanto por la estructura como procesos y refleja la naturaleza (genes) y el aprendizaje (experiencia), asimismo, engloba los aspectos del pasado, así como construcciones del presente y futuro (Pervin, 1998, en Bermúdez, Pérez, Ruiz, Sanjuán y Rueda, 2013).

Caprara, Barbaranelli y Borgogni (1995) proponen las cinco dimensiones de la personalidad, utilizando el BFQ (Cuestionario de Cinco Grandes), cuyas dimensiones son las siguientes: Energía o extraversión, Afabilidad o Agrado, Tesón, Estabilidad Emocional y Apertura Mental o Apertura a la Experiencia (Solf, 2006). Entendiéndose que una alta puntuación de la energía estaría determinada por la suma entre su tendencia de ser dinámica, entusiasta, activa y su tendencia a ser dominante, a sobresalir, a tener influencia sobre los demás.

Del mismo modo, el factor tesón correspondería a la responsabilidad en la teoría de Costa y McCrae, tener una alta puntuación de tesón dependerá de lo organizado (escrupuloso) y tenaz (perseverante), por otro lado, el factor afabilidad correspondería amabilidad de Costa y McCrae, tener una alta puntuación dependerá de lo cooperador y cordial que uno sea, del mismo modo, el factor estabilidad emocional es la capacidad para controlar las emociones y los impulsos, por último la apertura mental coincidirá con el factor de apertura a la experiencia de Costa y McCrae, donde una persona mentalmente abierta es aquella que tiene tendencias adquirir conocimientos (apertura a la cultura) y a vivir nuevas experiencias (apertura a la experiencia) en Cano, Rodriguez, Garcia y Antuña (2005).

De las cinco dimensiones, se ha escogido la correspondiente a la "Tesón" para la presente investigación, donde se define a la tesón como el factor que hace referencia a la capacidad de autorregulación o autocontrol, tanto en lo que concierne a los aspectos inhibitorios, como lo que concierne aspectos proactivos (Caprara et al. 1995).

La dimensión de Tesón presenta dos subdimensiones en la prueba de Caprara et al. (1995): Escrupulosidad (Es) y Perseverancia (Pe). La primera busca medir aspectos relativos a fiabilidad, meticulosidad y amor por el orden. La segunda mide aspectos vinculados a la constancia y tenacidad con el que el sujeto actúa las labores, y al cumplimiento de sus promesas.

2.2.1.1 Perseverancia

Graves (2009), la define como la acción o determinación más esencial para todo ser humano que tenga el gran deseo de triunfar u obtener el éxito, por ello, la perseverancia es el valor más presente que se puede encontrar en la mente de los triunfadores, donde la vida no está en base a solo soñar, sino en insistir hasta hacerlo realidad. Esta insistencia lleva a generar conductas motivadas por éxito, y una de ellas es el establecimiento de metas, donde las personas con alto grado de perseverancia, además de contar con la planeación para alcanzarlo, buscan ejecutar las actividades con constancia, firmeza y disciplina (Segura, 2009)

La perseverancia necesita la estabilidad propia del hábito que conduce la virtud, la fortaleza, la paciencia, la voluntad, la esperanza, la tenacidad como valores asociados para enfrentar los respectivos antivalores como la inconstancia, impaciencia, flojera, pereza, irresponsabilidad y desaliento (Yarce, 2005).

La perseverancia influye en la intención de desarrollar un negocio, probablemente porque considera que la perseverancia es indispensable para el desarrollo de un negocio (Loli y col., 2011).

Podemos concluir, que la perseverancia vendría a ser un valor, que mantiene en motivación profunda a las personas por alcanzar las metas trazadas y llegar al éxito.

2.2.1.2 Escrupulosidad

APA (2010) define la escrupulosidad como la tendencia a ser organizado, responsable y trabajador, asimismo, pone de manifiesto que existen dos tipos de escrupulosidad una privada y otra pública, donde la primera hace referencia a al grado en que las personas piensan en aspectos privados internos de sí mismas, que no están abiertos a la observación de los demás. Mientras que la pública es el grado en que las personas piensan en aspectos públicos externos de ellos mismos, que pueden observar los demás.

La escrupulosidad mide aspectos relativos a la fiabilidad, meticulosidad y amor por el orden (Solf, 2006). Son personas con capacidad de concentración, buscan terminar sus deberes en los plazos estipulados y piensan antes de tomar decisiones.

2.2.2 Emprendimiento

La palabra emprendedor es de origen francés y tiene como significado “aquel que toma riesgos y empieza algo nuevo” (Hisrish, 1986, Dornelas, 2012, en Vázquez, 2015).

Para Roth y Lacoa (s.f.), el emprendimiento es la actitud hacia la búsqueda de iniciativas impulsadas por el logro y el éxito personal, por el apego al poder y al ejercicio del control, por la tendencia al desafío y la expresión de ambición que gobierna las decisiones.

Para Mavila, Tinoco y Campos (2009) afirman que el emprendedor es aquella persona que busca o ve una oportunidad y quiere o trata de convertirla en un negocio, o simplemente busca nuevas formas para mejorar su vida y de los demás, pero no necesariamente es empresario.

Saboia y Martin (2006) afirman que el emprendedor se caracteriza por una actitud positiva, manifestada a través de la creación de un nuevo negocio o del auto-empleo, o por la toma de decisiones frente a oportunidades previamente identificadas por él, o, incluso, por el comportamiento en la (re)organización y utilización eficaz de los recursos disponibles.

Para otros autores el emprendedor es la persona que tiene capacidad y sensibilidad para detectar y reflexionar sobre necesidades sociales, de mercado o tecnológicas, emergentes o futuras y, convertirlas en una oportunidad para aportar una solución en forma de producto, servicio o sistemas que aporten valor y soluciones, produciendo un impacto social y económico. El término “emprendedor” también implica que esta misma persona tiene la capacidad para captar o movilizar recursos, normalmente externos, que tienden a hacer viable y tangible una idea motriz y explotar la necesidad detectada, (Ilundain J.M, Sánchez, J.C., Yurrebaso, A., 2007, en Yurrebaso, 2012).

Para Loli y col. (2009), afirma que hay emprendedores que surgen espontáneamente como respuestas a las necesidades y las carencias, pero también hay de los que aprenden de sus experiencias e interacciones sociales, y otros que nacen con algunas cualidades innatas que son fortalecidas durante su desarrollo (p. 114).

En términos sencillos el emprendedor suele aludirse al creador de empresas, entendido este desde un punto de vista económico y empresarial, por lo que no es de extrañar, que el término fuera acuñado, originalmente, por la ciencia económica. En la actualidad, ha adquirido un mayor alcance, dado que integra también a los llamados intraemprendedores; quienes conciben, desarrollan, impulsan nuevas ideas, tecnologías, proyectos (...) dentro de organizaciones ya creadas (Uribe y De Pablo, 2011).

Los emprendedores, atendiendo a su función de nuevos empresarios, son personas que innovan, identifican y crean nuevas oportunidades de negocios (Campos, 1997, en Uribe y De Pablo, 2011): reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto, en este sentido, realizan la gestión directiva de los diferentes recursos que se ponen en juego para crear la empresa (Casillas y Martí, 2003, Bermejo y de la Vega, 2003, Uribe y De Pablo, 2011).

Los emprendedores están transformando el mundo (Timmons y Spinelli, 2007, en Krauss, 2011). Ellos crean trabajos a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican el capital de riesgo y cambian la economía, utilizan el cambio como una oportunidad de mejora económica, no como un problema.

Los estudiantes que piensan desarrollar un emprendimiento, le dan mayor peso o importancia a los componentes del emprendimiento: Creatividad e iniciativa (p-value = .021), Perseverancia (p-value = .004), necesidad de logro (p-value= .006), al nivel de 0.05 y a un nivel de 0.01,

propensión al riesgo ($p\text{-value} = .080$) (Loli y col., 2009, pp. 126), esta asociación confirma la actitud positiva de los estudiantes de universidades públicas de Lima frente a la creatividad y el emprendimiento, probablemente se debe a las expectativas que genera la conformación profesional de la mayoría de ellos y la posibilidad de ejercerla de manera independiente (Loli y col., 2012).

Finalmente, el comportamiento emprendedor constituye un buen ejemplo de innovación, toda vez que quien elija emprender por lo general debe estar en condiciones de comportarse de manera novedosa y creativa (Roth y Lacoa, s.f., p.6)

Las personas que tienen una actitud positiva hacia la creatividad y el emprendimiento, siempre o casi siempre estarán pendientes de emprender un negocio, incluso aquellas personas que tienen un nivel de emprendimiento bajo tienen un interés en desarrollar un negocio si se presentara la oportunidad (Loli y col., 2012).

2.2.2.1 Disposición a la Oportunidad

Estar dispuesto a la oportunidad, es estar dispuesto a identificar, aprovechar y efectivizar circunstancias que rodean al emprendedor, observando tendencias, resolviendo problemas y encontrando nichos de mercados. Rodríguez (2007, en Loli y col., 2012, pp. 210) afirma que el emprendedor es aquel que detecta la oportunidad, la analiza, la estudia y se proyecta para crear una organización. Es aquella persona que posee olfato y que sabe encontrar una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha (Mavila, Tinoco y Campos, 2009).

Se podría afirmar que el estar en esa búsqueda de oportunidad en los emprendedores, está fuertemente ligada a la intención de querer emprender su idea de negocio y, a su vez, a dar su máximo esfuerzo, que pone en juego su creatividad y capacidad de innovación, probablemente porque la intención es una tendencia que les permite percibir mejor el sentido de la creatividad y el emprendimiento, y porque es una antesala del comportamiento (Loli y col., 2010).

Una oportunidad de negocio parte desde el reconocimiento de una necesidad ante la cual existe la posibilidad de diseñar un producto (bien o servicio) para su satisfacción, a diferencia de las ideas de negocios, en el sentido que estas están en la mente, las oportunidades de negocios deben ser localizadas en el mercado, es decir, demostrar que están presentes en demandas actuales o posibles (Rodríguez, s.f.)

2.2.2.2 Disposición a la Innovación

El emprendimiento pone en juego la capacidad creativa, que despierta otros componentes como la iniciativa, perseverancia y necesidad de logro, para encontrar probables soluciones a sus problemas (Loli y col. 2012).

La creatividad e iniciativa constituye no solo un componente del emprendimiento, sino que los estudiantes universitarios consideran que es una antesala al emprendimiento, encontrando que a mayor creatividad e iniciativa mayor será el grado de perseverancia y propensión al riesgo (Loli y col. 2010).

Los jóvenes de este milenio, debido a los cambios en la tecnología y la globalización en sí, están en constante deseo de innovar y realizar nuevos emprendimientos de aporte al país y al mundo.

2.2.2.3 Disposición al Riesgo

La innovación está impregnada de incertidumbre y lleva al riesgo como factor impulsor o limitador en el análisis y decisión que realiza el emprendedor, por ello, es un factor muy importante e influyente en diferentes variables que afectan el comportamiento emprendedor. Barrero y col. (2016), la principal característica distintiva de los estudiantes emprendedores es su grado de aversión al riesgo a actuar en oportunidades de negocio en condiciones de incertidumbre.

El riesgo posee tres componentes según Ibáñez (2001, en Krauss, 2011) y son las siguientes:

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

Por tanto, el emprendedor es una persona que asume riesgos, ello implicara que la persona tendrá menos miedos en autoemplearse y crear su propio emprendimiento.

Por otro lado, los más jóvenes y sin carga familiar tienden a tener una mayor predisposición a sumir riesgo, a subirse a la barca y remar sin miedo al fracaso, a ver el fracaso como un sentido de oportunidad y de insistir pese a las caídas previas hasta llegar al éxito.

En conclusión, la actitud hacia la propensión al riesgo influye en la intención de desarrollar un negocio, probablemente porque la propensión al riesgo estará presente cuando se desarrolla un negocio (Loli y col., 2011).

2.2.2.4 Aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano

El emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades y analizar los recursos económicos y humanos necesarios para llevar a cabo el proyecto, asimismo de tener capacidad para manejarlos eficazmente, con alto grado de responsabilidad y, aprovechando al máximo los recursos disponibles.

2.2.3 Emprendimiento y personalidad

Sternberg y Lubart (1997, en Elisondo y col., 2009), la persona creativa muestra un conjunto de particularidades, de cualidades de la personalidad, por lo que la creatividad no es solo un rasgo cognitivo o mental, sino que implica rasgos generales de personalidad. Estos rasgos de personalidad son disposiciones más o menos estables, aunque pueden estar influenciadas por el entorno y el tiempo. Vendrían a ser la capacidad para superar obstáculos y perseverar en su logro.

El innovador decide o no por la novedad cuando hace una apreciación de la magnitud del riesgo o la incertidumbre, por un lado, y por otro, cuando hace una apreciación de sus capacidades propias para enfrentarlos con probabilidades de éxito (Roth y Lacoa, s.f.).

Para algunos actores, las personas nacen con rasgos de personalidad ligados a la capacidad de innovación y emprendimiento, sumando diversos

estudios que buscan encontrar estos rasgos determinantes en el comportamiento emprendedor, sin embargo, el emprendimiento está influenciado de diversos factores, como por ejemplo, el contexto social y cultural, las condiciones económicas del país y otros, que en su conjunto ponen en juego la capacidad del emprendedor para crear productos o servicios viables y rentables en el tiempo.

2.3 Definición de variables y conceptos

2.3.1 Definición de variables

Para la presente investigación se utilizaron las siguientes variables:

Variable Independiente: Actitudes hacia el Emprendimiento

Variable Dependiente: Tesón

Unidad de observación: Finalista de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM.

Tabla 1: Variables y dimensiones de estudio

VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES
Actitud hacia el emprendimiento	Disposición de la Oportunidad
	Disposición a la Innovación
	Disposición al riesgo
	Aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano
	Estabilidad y serenidad en incertidumbre
	Administración del caos
Tesón	Escrupulosidad Perseverancia
Finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.	General

2.3.2 Definición de conceptos

Variable 1: Actitudes hacia el Emprendimiento

Definición operacional: Disposición a la oportunidad, Innovación, al Riesgo, al aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano, a la estabilidad y serenidad en incertidumbre y a la administración del caos.

Indicadores: La evaluación de las actitudes hacia el emprendimiento se realiza a través de la Escala (EAE-2010), donde las puntuaciones de las actitudes hacia el emprendimiento se obtienen a partir de las siguientes subdimensiones:

- **Disposición a la Oportunidad.-** Capacidad de identificar, aprovechar y efectivizar las circunstancias.
- **Disposición a la Innovación.-** Capacidad de iniciativa y creatividad en la búsqueda de nuevos conocimientos para emprender.
- **Disposición al Riesgo.-** Capacidad de asumir retos inciertos
- **Aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano.-** Valorización de la utilidad costo beneficio, de recursos humanos, de expresiones culturales y del paisaje geográfico y ambiental.
- **Estabilidad y Serenidad en Incertidumbre.-** Capacidad de toma de decisiones frente a situaciones inciertas.
- **Administración del Caos.-** Capacidad de organización frente a situaciones que demandan tensión.

Variable 2: Tesón. Capacidad de ser perseverante, planificado, responsable e interesado por el logro. Presenta dos dimensiones: Escrupulosidad y perseverancia.

Indicadores: la evaluación de la Tesón está dado por la prueba del “Big Five”.

- **Escrupulosidad.-** Mide aspectos relativos a la fiabilidad, meticulosidad y amor por el orden.
- **Perseverancia.-** Mide aspectos relativos a la persistencia y tenacidad con que se llevan a cabo las tareas y actividades emprendidas, y el no faltar a lo prometido.

Es importante considerar en el modelo factorial Big Five de la personalidad el rasgo de tesón como permanente en el perfil del emprendedor, así como la disposición al emprendimiento en sus dimensiones tales como: la disposición a la oportunidad, a la innovación, al riesgo, al aprovechamiento del recurso económico y humano, a la administración del caos; como a la estabilidad y serenidad en la incertidumbre, que han sido investigadas mediante la actitud.

2.4 Hipótesis de la investigación

2.4.1 Hipótesis General

Hay relación entre el factor tesón del modelo “Big Five” y actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

2.4.2 Hipótesis específicas

H1. Existe relación entre la disposición a la oportunidad y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H2. Existe relación entre la disposición a la innovación y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H3. Existe relación entre la disposición al riesgo y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H4. Existe relación entre el aprovechamiento y responsabilidad de recursos económicos y humanos y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H5. Existe relación entre la estabilidad y serenidad en incertidumbre y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H6. Existe relación entre la administración del caos y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H7. Existe relación entre actitudes hacia el emprendimiento y la escrupulosidad en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

H8. Existe relación entre actitudes hacia el emprendimiento y la perseverancia en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo descriptivo-correlacional porque se va describir las diferentes dimensiones del factor tesón y las dimensiones de las actitudes hacia el emprendimiento, asimismo es correlacional porque se va estudiar el grado de relación que existe entre ambas variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2007).

3.2 Diseño de investigación

El tipo de diseño de investigación es no experimental, porque no se manipulará variables, solo se observa y analiza en el fenómeno en su ambiente natural. Es Transeccional porque los datos se recolectan en un solo momento y se describen las variables en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2007).

3.3 Población y muestra

Para la presente investigación la población estuvo conformada por todos los finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge – UNMSM, entre hombres y mujeres de educación superior.

Así mismo, en este lanzamiento participaron tres empresas reconocidas: Sedapal, Cogorno y Filasur, por cada una de ellas se presentan 6 equipos integrado entre 1 a 3 participantes por grupos, haciendo un total de 36 emprendedores, entre hombres y mujeres; con edades comprendidas entre 18 y 61 años ($M = 29.92$, $DE = 11.39$, Coeficiente de Variación = 38.07%). La técnica de muestreo utilizada en esta investigación fue no probabilística porque se basa en un juicio de expertos que seleccionan a los finalistas que más pueden contribuir al concurso y permita el desarrollo de esta investigación.

Tabla 2: Características sociodemográficas de la muestra de emprendedores

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS	CATEGORIAS	n	%
Sexo	Varón	31	86.1
	Mujer	5	13.9
Ocupación	Estudiante	17	47.2
	Docente	7	19.4
	Consultor	12	33.3
Facultad	Ing. Industrial	12	33.3
	Ing. Sistemas	9	25
	Ing. Mecánica	1	2.8
	Ing. Química	2	5.6
	Física	7	19.4
	biológicas	5	13.9
Especialidad	Industrial	8	22.2
	Químico	4	11.1
	Informático	9	25
	Ing. Textil y confecciones.	2	5.6
	Ing. Mecánica - eléctrica	1	2.8
	Física	7	19.4
	biológicas	5	13.9

3.4 Instrumento y técnicas de recolección de datos

3.4.1 Escala de Actitudes hacia el emprendimiento (EAE-2010)

La escala de actitudes hacia el emprendimiento, Paredes y Hernández (2014), Confiabilidad (0,83) por consistencia interna. La validez por correlación

ítem total; el 100% de ítems presenta correlación adecuada ítem total; construida en base a la Tabla 3.

Para la escala de actitudes hacia el emprendimiento para población rural, consideró la validez de contenido realizada mediante criterio de jueces, para esto solicitó su apreciación sobre la pertinencia de los reactivos. Para la fiabilidad de las puntuaciones del test de actitudes hizo un análisis de consistencia interna, obteniéndose un coeficiente $\alpha = .83$, en donde todos los ítems considerados tienen una correlación ítem-test mayor.20 (Se eliminaron los ítems 2, 6, 7, 11, 14, 15, 24 iniciales por no satisfacer esta condición).

Tabla 3: Especificaciones: Actitudes hacia el Emprendimiento

Dimensión	Indicador
Disposición de la Oportunidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de oportunidades. 2. Aprovechamiento de la oportunidad 3. Efectivizar en operaciones la oportunidad 4. Gestionar las operaciones en procesos sus tareas.
Disposición a la Innovación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iniciativa 2. Adicionar valor agregado a sus recursos. 3. Conocimiento gustos del mercado
Disposición al riesgo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vencer el temor al fracaso. 2. Audacia. 3. Visión de futuro
Aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visualización de la utilidad costo beneficio 2. Valorización de recursos humanos 3. Valorización de expresiones culturales 4. Valorización de su paisaje geográfico y ambiental
Estabilidad y serenidad en incertidumbre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomar decisiones 2. Flexibilidad 3. Respuesta creativa observada en productos.
Administración del caos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desafío 2. Organización flexible 3. Organización en empoderamiento

3.4.2 Escala de dimensión de personalidad: Tesón

Al ser una de las variables del modelo de las “Cinco Dimensiones de la Personalidad”, se empleó parte del cuestionario “Big Five” de Caprara, Barbaranelli y Borgogni (1995) correspondiente a la variable Tesón. Está fue medida en base a 24 afirmaciones, sobre las cuales el sujeto deberá decidir en qué medida está de acuerdo con cada una, empleando una escala que va desde 1 (Totalmente en Desacuerdo) hasta 6 (Totalmente de Acuerdo). Este cuestionario ha sido adaptado del Italiano al Castellano por la editorial TEA. Una primera versión de prueba fue revisada y depurada por varios profesionales de la editorial, expertos en la medida de la personalidad. Posteriormente fue aplicado a 1298 sujetos, en base al cual efectuaron el análisis factorial. Luego realizaron una validez de constructo en base a correlaciones con diversos test, para analizar las relaciones entre las cinco dimensiones del cuestionario y las correspondientes relaciones convergentes y divergentes. Como resultado de esto, lograron una versión final con la adecuada validez y confiabilidad.

En la presente investigación se utilizará la escala validada por Solf (2004), que presentan los coeficientes alfa de Cronbach para las dos dimensiones de la escala Tesón. Inicialmente se obtuvo un coeficiente alfa de 0,65 para Escrupulosidad y de 0,57 para Perseverancia, pero a razón de existir ítems con bajas correlaciones ítem-test corregida (C2 y C3), se eliminaron dichos ítems para el análisis de los datos, y se obtuvo nuevos coeficientes de alfa de Cronbach: 0,69 para Escrupulosidad y 0,70 para Perseverancia.

3.5 Procedimiento de recolección de datos

Se efectuaron las coordinaciones respectivas con el director del Centro de Innovación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para brindar las facilidades y poder aplicar los instrumentos a los finalistas de la primera convocatoria del San Marcos Challenge, se aplicaron los instrumentos el mismo día que los finalistas expusieron sus propuestas innovadoras a las empresas participantes del concurso, para ello se coordinó con el facilitador la forma de exposición de los grupos, aplicando las pruebas por grupos de participantes, que iban concluyendo su exposición.

Las instrucciones para la aplicación de la escala fueron aproximadamente de la siguiente manera: “Con fines de realizar una investigación queremos conocer sus percepciones frente temas de emprendimiento y personalidad, por lo que se pide su apoyo para el llenado de la escala”

Los participantes demoraron aproximadamente entre 10 a 15 minutos en contestar la encuesta.

3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se emplearon los siguientes medios de análisis estadístico:

- Para el análisis psicométrico de los instrumentos
 - _ Correlación ítems-test corregida, para la indagación de la homogeneidad de los ítems.
 - _ Coeficiente alfa de Cronbach, para evaluar la confiabilidad (consistencia interna).

- Para el análisis descriptivo de la muestra
 - _ Estadísticos descriptivos para las dimensiones de ambas variables: Media, Desviación Estándar, Coeficiente de variación, asimetría, curtosis.
 - _ Análisis de normalidad: Ajuste a la curva teórica normal según el indicador de Shapiro Wilk.
 - _ Para el grado de relación entre variables se utilizó el estadístico no paramétrico rho de Spearman, solo para las dimensiones de DO y DR se empleó el estadístico de Pearson por ser dimensiones que se aproximan a la normalidad.
- Análisis correlacional
 - _ Coeficiente de correlación de Spearman.
- Análisis comparativo
 - _ Estadísticos no paramétricos: U de Mann – Whitney para comparar dos muestras independientes.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En primer lugar, se calcularon como parte de la evidencia de confiabilidad de las puntuaciones de los instrumentos aplicados, la consistencia interna de cada una de las variables y sus dimensiones, mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Así mismo se analizó el grado de homogeneidad de los ítems mediante las correlaciones ítem-test corregidas. Para el análisis de la homogeneidad de los ítems mediante las correlaciones ítem-test corregidas (r_{itc}), se retuvieron valores superiores a .20 (Kline, 1986). Para la interpretación del coeficiente se tomará en cuenta el criterio de De Vellis (2012) el cual menciona que coeficientes α partir de .65 son considerados aceptables para fines de investigación.

4.1 Análisis de Confiabilidad de Factor Tesón de modelo “Big Five”

Para el análisis de confiabilidad de la Dimensión Escrupulosidad del factor Tesón se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach de .753; y luego de eliminar el ítem 7, pues que presentó una $r_{itc} < .20$ (ver Tabla 4) el alfa de Cronbach aumentó a .804. Con el ítem eliminado el rango de correlaciones ítem-test corregida estuvo entre .273 y .764, lo cual sugiere un adecuado grado de homogeneidad de los ítems con la subescala a la que pertenecen.

Tabla 4: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión Escrupulosidad

Ítems	Con el ítem 7		Sin el ítem 7	
	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Teson1_r	.250	.756	.339	.805
Teson3	.743	.701	.764	.762
Teson5	.319	.745	.329	.801
Teson7_r	-.099	.804	-	-
Teson9	.645	.701	.648	.766
Teson11_r	.357	.742	.273	.816
Teson15_r	.511	.719	.537	.780
Teson17	.326	.743	.391	.796
Teson19_r	.692	.692	.639	.766
Teson21	.493	.723	.543	.779
Teson23_r	.428	.731	.457	.789

Nota: r_{itc} = correlación ítem-test corregida

Por otra parte, para la Dimensión de Perseverancia se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach aceptable de .641, y luego de eliminar los ítems 14 y 24 por presentar una $r_{itc} < .20$ (ver Tabla 5), el alfa de Cronbach aumentó a .719. Luego de la eliminación de dichos ítems el rango de las correlaciones ítem-test corregidas osciló entre .196 y .604, indicando un grado aceptable de homogeneidad de los ítems.

Tabla 5: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión Perseverancia

Ítems	Con los ítems 14 y 24		Sin los ítems 14 y 24	
	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Teson4	.691	.562	.551	.674
Teson6_r	.154	.652	.359	.706
Teson8	.563	.589	.521	.683
Teson10	.535	.569	.434	.687
Teson12_r	.552	.570	.405	.693
Teson14	.037	.701	-	-
Teson16_r	.033	.691	.196	.734
Teson18	.591	.586	.604	.673
Teson20_r	.411	.600	.447	.686
Teson22	.434	.596	.438	.688
Teson24_r	.026	.661	-	-

Nota: r_{itc} = correlación ítem-test corregida

Finalmente, se calculó el alfa de Cronbach para el factor Tesón, obteniéndose un coeficiente bueno de .825, y un adecuado grado de homogeneidad de los ítems pues las correlaciones ítem-test corregidas estuvieron en el rango de .168 a .801 (ver Anexo A).

4.2 Análisis de Confiabilidad Escala de Actitudes hacia el Emprendimiento

Para la Dimensión de Disposición a la Oportunidad se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach de .604, y luego de eliminar el ítem 3 por presentar una $r_{itc} < .20$, (ver Tabla 6), el alfa aumentó a .648. El grado de

homogeneidad de los ítems fue adecuado pues las correlaciones ítem-test corregidas estuvieron en el rango de .352 a .551.

Tabla 6: Correlaciones ítem-test corregidas de la Dimensión de Disposición a la Oportunidad

Ítems	Con el ítem 3		Sin el ítem 3	
	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Emp2_r	.408	.528	.489	.546
Emp3	.154	.648	-	-
Emp4	.431	.527	.481	.564
Emp11_r	.529	.455	.551	.548
Emp16	.426	.540	.352	.636

Nota: r_{itc} = correlación ítem-test corregida

Para la Dimensión de Disposición a la Innovación se obtuvo un alfa de Cronbach de .653, y luego de eliminar el ítem 8 ya que presentó una $r_{itc} < .20$ (ver Tabla 7), el alfa de Cronbach aumentó a .698. Luego de la eliminación del ítem, el grado de homogeneidad de los ítems fue adecuado ya que las correlaciones ítem-test corregidas oscilaron entre .384 y .661.

Tabla 7: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Disposición a la Innovación

Ítems	Con el ítem 8		Sin el ítem 8	
	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Emp8	.158	.698	-	-
Emp13	.593	.516	.661	.532
Emp14_r	.538	.528	.543	.598
Emp22	.351	.629	.427	.678
Emp23_r	.444	.585	.384	.711

Nota: r_{itc} = correlación ítem-test corregida

Para la Dimensión de Disposición al Riesgo se obtuvo un alfa de Cronbach de .256, y luego de eliminar los ítems 15 y 25 ya que presentaron una $r_{itc} < .20$ (ver Tabla 8), el alfa aumentó a .686. Luego de la eliminación dichos ítems, el grado de homogeneidad de los ítems fue adecuado ya que las correlaciones ítem-test corregidas oscilaron entre .414 y .642.

Tabla 8: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Disposición al Riesgo

Ítems	Con los ítems 15 y 25		Sin los ítems 15 y 25	
	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Emp5	.257	.104	.642	.426
Emp10	.470	-.215	.414	.744
Emp12	.258	.105	.487	.615
Emp15	-.184	.553	-	-
Emp25	.007	.313	-	-

Nota: r_{itc} = correlación ítem-test corregida

Para la Dimensión de Aprovechamiento y Responsabilidad de Recursos Económicos y Humanos se obtuvo un alfa de Cronbach de .502, y luego de eliminar el ítem 6 ya que presentó una $r_{itc} < .20$ (ver Tabla 9), el alfa de Cronbach aumentó a .687. Luego de la eliminación dicho ítem, el grado de homogeneidad de los ítems fue adecuado ya que las correlaciones ítem-test corregidas oscilaron entre .459 y .624.

Tabla 9: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Aprovechamiento y Responsabilidad de Recursos Económicos y Humanos

Ítems	Con el ítem 6		Sin el ítem 6	
	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Emp6_r	.091	.687	-	-
Emp18	.327	.400	.493	.670
Emp19	.474	.316	.624	.464
Emp20	.480	.327	.459	.656

Nota: r_{itc} = correlación ítem-test corregida

Para la Dimensión de Administración del Caos se obtuvo un alfa de .051 y las correlaciones ítem test fueron menores a .20; mientras que para la escala de Estabilidad y Serenidad en la Incertidumbre se obtuvo un alfa de Cronbach de .546 con correlaciones ítem-test corregidas entre .298 y .407 (ver Tabla 10). Como la confiabilidad de las puntuaciones para estas dos Dimensión no cumplieron con los criterios mínimos de consistencia interna, no serán empleadas para los análisis posteriores.

Tabla 10: Correlaciones ítem-test corregidas de los ítems de la Dimensión de Administración del Caos y Estabilidad y Serenidad frente a la Incertidumbre

Ítems	r_{itc}	α si el elemento se ha suprimido
Administración del Caos		
Emp1	.019	-.106
Emp7	.030	-.198
Emp24	-.098	.276
Estabilidad y Serenidad		
Emp9	.376	.423
Emp17	.298	.545
Emp21	.407	.361

Finalmente se calculó el coeficiente alfa de Cronbach para el puntaje total de la Actitud hacia el Emprendimiento, considerando los ítems incluidos en las cuatro primeras dimensiones que cumplieron con los criterios de consistencia interna. El valor del coeficiente alfa obtenido fue de .841 y las correlaciones ítem-test corregidas oscilaron entre .247 y .810 (ver Anexo B).

4.3 Análisis Descriptivos y de Normalidad

En la Tabla 11 se presentan los estadísticos descriptivos para cada una de las variables de estudios. Con respecto a la variable Tesón y a sus dos dimensiones (Escrupulosidad y Perseverancia) se aprecia poca dispersión en la distribución de los puntajes ($CV < 50\%$; Pardo, Ruiz & San Martín, 2015), lo cual indica que las puntuaciones obtenidas han tendido a estar cerca al puntaje promedio, de ahí que los valores de asimetría han sido cercanos a cero. Por otra parte, en la Dimensión de Perseverancia es donde se ha

obtenido un mayor promedio en la muestra de estudio, en comparación con la Dimensión de Escrupulosidad.

En cuanto a las dimensiones de las Escala de Emprendimiento se observa también poco grado de dispersión entre las puntuaciones ($CV < 50\%$), lo cual refleja que las puntuaciones han tendido a estar cercanas al puntaje promedio, de ahí que de la misma manera, los puntajes de asimetría han tendido a estar cercanos a cero. Los promedio obtenidos (M/n° de ítems) en cada dimensiones son bastante cercanos entre sí lo que indica una misma tendencia a presentar las conductas evaluadas en cada dimensión con respecto a su actitud hacia el emprendimiento.

Tabla 11: Estadísticos descriptivos de las variables Tesón y Emprendimiento

Variables	M/n° ítems	Min.	Max.	M	DE	CV	g_1	g_2
Tesón	-	78	111	91.50	9.66	10.56%	0.56	- 0.50
Escrupulosidad	4.55	34	57	45.43	7.55	16.62%	0.14	- 1.07
Perseverancia	5.11	38	54	45.97	4.94	10.75%	0.41	- 0.92
Emprendimiento	-	37	56	44.39	5.54	12.48%	0.49	- 0.46
DO	3.13	8	16	12.53	2.06	16.44%	- 0.31	- 0.13
DI	3.17	9	16	12.69	2.12	16.70%	0.18	- 1.13
DR	3.10	6	12	9.31	1.51	16.22%	- 0.13	- 0.08
AREH	3.29	8	12	9.86	1.46	14.81%	0.31	- 1.29

Nota: CV = coeficiente de variación; g_1 = asimetría; g_2 = curtosis; DO = disposición a la oportunidad; DI = disposición a la innovación; DR = disposición al riesgo; AREH = aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano

Por otra parte, para analizar la normalidad en la distribución de las puntuaciones se empleó el estadístico de Shapiro-Wilk ($N < 50$). Ello con el fin de terminar el uso conveniente de un estadístico paramétrico o no paramétrico para contrastar las hipótesis correlacionales entre cada variable. Como se observa en la Tabla 12, del análisis realizado todas las variables, a excepción de la dimensión Disposición a la Oportunidad (DO) y Disposición al Riesgo (DR), presentan distribuciones que no se aproximan a una distribución normal ($p < .05$). Por tal motivo, para analizar el grado de relación entre cada par de variables se empleará una prueba no paramétrica, específicamente el estadístico rho de Spearman, mientras que solamente para analizar la relación entre DO y DR se empleará una prueba paramétrica, específicamente el estadístico de correlación de Pearson.

Tabla 12: Análisis de normalidad de las variables Tesón y Emprendimiento

Variables	S-W	P
Tesón	.936	.038
Escrupulosidad	.920	.012
Perseverancia	.909	.006
Emprendimiento	.928	.021
DO	.960	.215
DI	.924	.017
DR	.946	.077
AREH	.866	< .001

Nota: S-W = estadístico Shapiro-Wilk; DO = disposición a la oportunidad; DI = disposición a la innovación; DR = disposición al riesgo; AREH = aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano

4.4 Análisis Correlacional

Del análisis correlacional realizado, cuyos resultados se presentan en la Tabla 13, se encuentran como primer resultado principal que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el Tesón y el Emprendimiento ($r_s = .46, p < .01$), lo cual significa que una mayor actitud hacia el emprendimiento está asociada a la presencia de mayores rasgos de una personalidad con Tesón.

Al revisar dicha relación a nivel específico de las dimensiones de cada una de las variables, encontramos en primer lugar que la dimensión de Escrupulosidad no presenta ninguna relación estadísticamente significativa ($p > .05$) con las dimensiones del Emprendimiento, aunque se observa una correlación de .30 con Disposición a la Oportunidad, la cual no ha salido significativa debido principalmente al tamaño pequeño de la muestra.

En segundo lugar, al revisar la relación de la dimensión de Perseverancia se observa que ésta sí presenta relaciones positivas y estadísticamente significativas con las cuatro dimensiones del Emprendimiento (DO, DI, DR y AREH), siendo la más fuerte la presentada con la dimensión Disposición a la Innovación (DI, $r_s = .78, p < .01$), lo cual implica que un mayor grado de actitud hacia el emprendimiento con respecto a la disposición a la innovación está asociado específicamente a una mayor presencia de rasgos de personalidad de Perseverancia en la muestra evaluada.

Finalmente se aprecia que la variable Edad se relaciona negativamente con la dimensión de Disposición a la Innovación ($r_s = -.33, p < .05$), lo cual significa que los participantes con menor edad de la muestra evaluada tienen

asociado una mayor Disposición a la Innovación como parte de su Actitud hacia el Emprendimiento.

Tabla 13: Matriz de correlaciones entre las variables Tesón y Emprendimientos

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Tesón	-								
2. Escrupulosidad	.87**	-							
3. Perseverancia	.59**	.15	-						
4. Emprendimiento	.46**	.11	.81**	-					
5. DO	.39*	.30	.43**	.67**	-				
6. DI	.34*	-.03	.78**	.85**	.34*	-			
7. DR	.49**	.21	.72**	.85**	.41** ^a	.68**	-		
8. AREH	.51**	.23	.65**	.81**	.45**	.66**	.62**	-	
9. Edad	.23	.31	-.08	-.15	.14	-.33*	-.07	-.07	-

Nota: DO = disposición a la oportunidad; DI = disposición a la innovación; DR = disposición al riesgo; AREH = aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano

^a Coeficiente de correlación de Pearson

** $p < .01$

* $p < .05$

4.5 Análisis comparativos

Finalmente se realizaron análisis comparativos complementarios con el fin de analizar si existían diferencias significativas según algunos aspectos relacionados con la posesión de un prototipo (sí/no) y si la familia cuenta con un negocio (sí/no). Para ello, y de acuerdo al análisis previo de normalidad, se aplicará el estadístico no paramétrico de U de Mann-Whitney para comparar dos muestras independientes.

En cuanto a las diferencias entre los evaluados según si contaban con un prototipo, solamente se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p < .05$) en la dimensión de Disposición a la Oportunidad (DO), siendo los que no cuentan con prototipo los que muestran una mayor disposición a la oportunidad en comparación a los que sí contaban con un prototipo (ver Tabla 14). Al analizar la magnitud de las diferencias halladas, se obtuvo como resultados diferencias de magnitud moderada ($r = 0.36$, Cohen, 1988).

Tabla 14: Análisis comparativo de las variables Tesón y Emprendimiento según tenencia de prototipo

	Mediana		Media		<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	<i>r</i>
	Sí	No	Sí	No				
Tesón	90.0	90.5	89.57	92.72	138.0	-0.52	.62	0.09
Escrupulosidad	43.0	44.5	42.86	47.23	106.5	-1.56	.12	0.26
Perseverancia	47.0	44.0	46.71	45.5	117.0	-1.21	.24	0.20
Emprendimiento	41.5	45.0	43.36	45.05	139.0	-0.49	.64	0.08
DO	11.5	13	11.50	13.18	88.5	-2.15	.03	0.36
DI	13.0	12.0	13.00	12.50	136.0	-0.59	.58	0.10
DR	9.0	9.0	9.14	9.41	134.0	-0.66	.53	0.11
AREH	9.0	10.0	9.71	9.95	136.5	-0.58	.58	0.10

Nota: DO = disposición a la oportunidad; DI = disposición a la innovación; DR = disposición al riesgo; AREH = aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano; *r* = tamaño del efecto

Por último, al revisar las comparaciones según si la familia cuenta con un negocio propio, se encontraron diferencias estadísticamente significativas

($p < .05$) en la dimensión de Perseverancia y en la variable Emprendimiento (ver Tabla 15). Para ambos casos, aquellos cuyas familias no cuenta con negocio propio reportan mayores rasgos de Perseverancia y una mayor actitud hacia el emprendimiento en comparación a los que su familia si cuenta con negocio propio. Al analizar la magnitud de las diferencias encontradas se encontró que en el caso de Perseverancia se han encontrados grandes diferencias entre ambos grupos ($r > 0.50$), mientras que para el caso de Emprendimiento la magnitud de las diferencias entre ambos grupos fue moderada.

Revisando el tamaño del efecto entre las dimensiones del Emprendimiento se encontraron también diferencias de magnitud moderada ($0.30 < r < 0.50$) en las dimensiones Disposición a la Innovación y de Aprovechamiento y Responsabilidad frente al Recurso Económico y Humano, donde al igual que en las variables anteriores, los que obtuvieron mayores puntuaciones fueron aquellos evaluados cuyas familias no cuentan con negocio propio.

Tabla 15: Análisis comparativo de las variables Tesón y Emprendimiento según si la familia cuenta con negocio propio

	Mediana		Media (DE)		<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	<i>r</i>
	Sí	No	Sí	No				
Tesón	83.5	91	87.10	93.19	78.5	-1.83	.07	0.31
Escrupulosidad	43.0	44.5	45.50	45.54	126.5	-0.13	.90	0.02
Perseverancia	42.0	47	41.60	47.65	30.0	-3.56	< .001	0.59
Emprendimiento	40.0	47.0	41.20	45.62	70.0	-2.13	.03	0.36
DO	12.0	13.0	12.20	12.65	112.0	-0.64	.54	0.11
DI	11.5	13.0	11.50	13.15	74.5	-1.99	.05	0.33
DR	9.0	10.0	8.50	9.62	82.0	-1.74	.09	0.29
AREH	9.0	10.0	9.00	10.19	73.5	-2.05	.05	0.34

Nota: DO = disposición a la oportunidad; DI = disposición a la innovación; DR = disposición al riesgo; AREH = aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano; *r* = tamaño del efecto

0

Por último, en cuanto a la pregunta de si deseaban ser empresarios, el 94.4% de los participantes respondió que sí, mientras que un 5.6% respondió que no. En la medida que casi la totalidad de los participantes respondió a una de la categoría de la pregunta en mención, no se hizo factible realizar una comparación estadística (ver Tabla 16).

Tabla 16: Frecuencia y porcentajes de la pregunta: desea ser empresario

Desea ser empresario	n	%
Sí	34	94.4
No	2	5.6

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Bajo el supuesto que las personas que llegan a ser finalistas de un concurso de desafíos en propuestas de innovación y emprendimiento, disponen de mayores potencialidades creativas y emprendedoras, debido a los rasgos de personalidad como la escrupulosidad y la perseverancia en conseguir el reto trazado.

Este estudio nos indica, en términos generales, que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el factor de personalidad tesón y las actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge; sin embargo, en otros estudios sobre emprendimiento, en estudiantes universitarios de los últimos años se encontró que la proporción de estudiantes con vocación emprendedora era baja (14.89%), probablemente porque al no estar frente a un concurso de innovación y emprendimiento, no se desarrolla esta actitud con mayor fuerza.

Estar frente a un concurso de innovación y emprendimiento requiere de muchos factores, principalmente de estar motivados por lograr ser ganadores del concurso, donde ponen en juego diversas competencias y conocimientos al elaborar soluciones novedosas para las empresas participantes. Esa orientación a la meta hace que se pueda encontrar en los participantes una

personalidad fortalecida en tesón, encontrando similitud con lo afirmado por Solf (2006), que pone de manifiesto la relación significativa entre orientación a la meta y la tesón.

Las personas que presentan disposición por la innovación y buscan constantemente emprender nuevos retos, fuera de lo común o mejorando emprendimientos ya realizados, son personas que en su personalidad no necesariamente están guiados por el orden, lo organizado y estructurado, por ello, que en la presente investigación no se encuentra una relación positiva y estadísticamente significativa entre la escrupulosidad con las actitudes hacia el emprendimiento, ni con ninguna de las dimensiones del emprendimiento (disposición a la oportunidad, innovación, riesgos y aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano), resultados similares fueron encontrados por Elisondo y col. (2009), donde las personas más creativas obtuvieron puntajes más bajos en escrupulosidad; sin embargo, esta relación no se presenta frente al rendimiento académico, donde los estudiantes que tienen mayor rendimiento académico presentan alto grado de tesón (en sus dimensiones de escrupulosidad y perseverancia), por ello estarán más motivados a obtener resultados excelentes (Martínez y col., s.f.).

Otro factor importante de los rasgos de personalidad es la perseverancia, esa capacidad de insistir y mantener una conducta motivada profunda por alcanzar las metas trazadas y llegar al éxito. En el estudio se evidencia una fuerte relación positiva y estadísticamente significativa con las cuatro dimensiones del emprendimiento, señalados anteriormente, es de referir, que esta relación es más fuerte en la disposición a la innovación (DI, $r_s = .78$, $p < .01$), lo cual implica que un mayor grado de actitud hacia el

emprendimiento con respecto a la disposición a la innovación está asociado específicamente a una mayor presencia de rasgos de personalidad de perseverancia en la muestra evaluada. Probablemente debido a que la innovación implica crear, diseñar, inventar, mejorar, reducir procesos, etc., por lo que requiere un mayor esfuerzo mental y físico para lograr conseguir el éxito. Resultados similares se evidencian en Loli y col. (2011, pp. 220), donde la perseverancia influye en la intención de desarrollar un negocio, probablemente porque considera que la perseverancia es indispensable para el desarrollo de un negocio.

Por otro lado, la creatividad e iniciativa influye sobre la intención de desarrollar un negocio, probablemente porque aquella es la “puerta de ingreso” a la intención de desarrollar un negocio a pesar de considerarla solo una tendencia (Loli y col. 2011, pp. 219), es por ello, que frente a concursos de innovación y emprendimiento se pone en juego en su máxima expresión. Asimismo, se encuentra una fuerte relación en la intención de desarrollar un negocio con el emprendimiento (Loli y col. 2012), en nuestra investigación el (94.4%) tiene el deseo de ser empresario, de crear su propia independencia por el autoempleo y su propia unidad de negocio. Estos finalistas están motivados porque encontraron la oportunidad frente a la necesidad o dolencia presentada por las empresas contactadas por el Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Las variables demográficas, organizacionales y sociales, por su lado, no presentan diferencias significativas con las variables de estudio, excepto, la variable edad que se relaciona negativamente con la dimensión de disposición a la innovación ($r_s = -.33, p < .05$), ello nos indican que la edad juega un papel

importante en las actitudes hacia el emprendimiento, encontrándose que a menor edad hay mayor predisposición hacia la disposición por innovación, debido a que, los más jóvenes están envueltos en el mundo de la tecnología y presentan una percepción diferente de que las cosas se pueden hacer de muchas maneras, contrario a lo encontrado por Loli y col. (2012), donde la edad no influye en la percepción de la creatividad, emprendimiento o la intención de desarrollar un negocio. Por otro lado, no se encuentran diferencias significativas entre la edad y la disposición al riesgo, mientras que otros estudios, afirman que las personas agrupadas en un rango de edad mayores, le dan mayor importancia o (o peso) a los riesgos, al futuro y a las competencias (Loli, Del Carpio y La Jara, 2009, pp.224).

Por otro lado, haciendo el análisis, si los evaluados cuentan con un prototipo innovación, solamente se encontraron diferencias estadísticamente significativas ($p < .05$) en la dimensión de disposición a la oportunidad (DO), siendo los que no cuentan con prototipo de innovación, los que muestran una mayor disposición a la oportunidad en comparación a los que sí contaban con un prototipo, probablemente, porque las personas que empiezan algo de cero, están constantemente buscando nuevas oportunidades para innovar y emprender.

Efectivamente, como lo demuestran otros estudios, el ejemplo familiar como modelo a seguir para desarrollar una vocación emprendedora es escasa (Delicio, 2007), sin embargo, en el presente estudio se evidencia que las personas que no cuentan con familiares que tienen una empresa o negocio presentan mayores rasgos de personalidad en perseverancia y mayor actitud hacia el emprendimiento; asimismo, se presenta una diferencia moderada

frente a la disposición a la innovación y aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano, ello quiere decir, que al no encontrar el facilismo a la continuidad de la empresa del padre, las personas que no cuentan con ello, tienden a buscar y perseverar en su innovación y emprendimiento, encontrando diferencia en Krauss (2011), que los estudiantes cuyos padres son empresarios poseían mayor asunción al riesgo y tienen una mayor necesidad de logro.

Podemos concluir, que las personas que piensan en desarrollar un emprendimiento están asociados a todos los componentes del emprendimiento, principalmente a la creatividad e iniciativa (p-value = .021), perseverancia (p-value = .004), necesidad de logro (p-value= .006), al nivel de 0.05 y a un nivel de 0.01, propensión al riesgo (p-value = .080) (Loli y col., 2009, pp. 126), por lo que, en esta investigación, se encuentran resultados similares guardando una fuerte relación entre el emprendimiento y sus componentes.

Finalmente, los emprendedores que tienen una base universitaria se distinguen por ser más dinámicos, tener mejor manejo de los recursos humanos y mejor aprovechamiento de las oportunidades (Kantis, 2000, en Loli y col., 2010), es por ello, que se debe reforzar y apoyar las actitudes y comportamientos creativos y emprendedores en la comunidad universitaria, ya que según estudios la formación académica que reciben de la universidad es un buen complemento para intentar su propio emprendimiento (57,14%), sin embargo es insuficiente (Delicio, 2007). La universidad debe implementar dentro de su malla curricular, programas, talleres concursos y otros, que ayuden a despertar al emprendedor que está presente en el estudiante y el

docente. El implementar programas de emprendimiento e innovación ayuda activar las actitudes hacia el emprendimiento (Paredes y col., 2014).

CONCLUSIONES

1. Existe relación directa entre el factor tesón del modelo "Big Five" y las actitudes hacia el emprendimiento en finalistas de la primera convocatoria del San Marcos Challenge - UNMSM, Perú ($r = .46^{**}$).
2. Existe relación directa entre la disposición a la oportunidad y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú ($r = .39^*$).
3. Existe relación directa entre la disposición a la innovación y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú ($r = .34^*$).
4. Existe relación directa entre la disposición al riesgo y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú ($r = .49^{**}$).
5. Existe relación directa entre el aprovechamiento y responsabilidad de recursos económicos y humanos y tesón en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú ($r = .51^{**}$).
6. No existe relación positiva entre las actitudes hacia el emprendimiento y la escrupulosidad en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú ($r = .11$).
7. No existe relación entre la escrupulosidad y ninguna dimensión de las actitudes hacia emprendimiento (Disposición a la oportunidad, innovación, riesgo y aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano), en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú (*ver tabla 13*).

8. Existe relación directa entre actitudes hacia el emprendimiento y la perseverancia en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú ($r=.81^{**}$).
9. Existe relación directa entre la perseverancia y todas las dimensiones de las actitudes hacia emprendimiento (Disposición a la oportunidad, innovación, riesgo y aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano), en finalistas de la primera convocatoria de San Marcos Challenge-UNMSM, Perú, encontrando una mayor relación entre la innovación y la perseverancia (*ver tabla 13*).
10. La edad juega un papel importante en disposición a la innovación relacionándose negativamente, ósea, a menor edad mayor disposición por la innovación ($r=-.33^{**}$).
11. Los participantes que no cuentan con un prototipo de innovación muestran mayor disposición a la oportunidad ($r=.36$, $p=.03$).
12. Los participantes que no cuentan con familiares que tienen una empresa o negocio, presentan mayores rasgos de perseverancia y mayor actitud hacia el emprendimiento, asimismo, presentan una diferencia moderada frente a la disposición a la innovación y aprovechamiento y responsabilidad del recurso económico y humano (*ver tabla 15*).

RECOMENDACIONES

De los resultados obtenidos y del análisis de los mismos tener en cuenta las siguientes recomendaciones, a fin de promover e impulsar mejoras en la sociedad y en el país en sí, tales como:

1. El tesón del modelo Big Five debería formar parte del perfil del emprendedor, dado la importancia en la persistencia para el logro de objetivos, asimismo, se debe continuar investigando estas variables, a fin de tener mayores posibilidades de generalización y estudio.
2. La educación en emprendimiento debe abarcar tanto la parte cognitiva (información, conocimientos, habilidades), afectiva (emoción, temperamento), y comportamental (motivaciones y deseos), para que al momento de emprender una idea o negocio se consolide en fuerza de sobrevivencia.
3. La universidad debe fortalecer el espíritu de empresa en la plana docente y estudiantil, para transformar los conocimientos e ideas en emprendimientos viables y rentables en el tiempo.
4. Se deben brindar programas de formación educativa dentro de las universidades, con la finalidad de inculcar una cultura emprendedora en los estudiantes y docentes, afín de generar conocimientos que contribuyan a resolver desafíos o dolencias de las empresas y del país en sí, para generar una mayor actividad económica y riqueza que redundará en el beneficio del país.

5. Crear e implementar incubadoras de empresas dentro de las universidades a fin de fortalecer y apoyar el comportamiento emprendedor en la plana docente y estudiantil.
6. La universidad debe establecer alianzas estratégicas con las empresas, a fin de generar mayor participación en concursos de innovación y emprendimiento.
7. Impulsar el desarrollo económico, social y productivo del país a partir de la promoción y despliegue de la mejora continua en la promoción del desarrollo integral del estudiante.

RECONOCIMIENTO

Hago propicia mi reconocimiento por el apoyo a la investigación al Vicerrectorado de Investigación y Post Grado, a la Facultad de Psicología y al Centro de Innovación y Emprendimiento de mi alma Mater.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APA (2010). APA diccionario conciso de Psicología. México: El manual moderno. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=GIX7CAAAQBAJ&pg=PT566&dq=escurpulosidad&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=escurpulosidad&f=false.

Baltazar, D., Chirinos, J. (2013). En su investigación sobre el clima laboral y dimensiones de la personalidad en colaboradores de una empresa de servicios en el Norte del Perú. Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología. Recuperado de:

http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/306/1/TL_BaltazarZavaletaDeysi_ChirinosAntezanaJose.pdf

Bermúdez, J., Pérez, A., Ruiz, J., Sanjuán, P. y Rueda, B. (2013). Psicología de la Personalidad. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=QEWwBAAAQBAJ&pg=PT15&dq=personalidad+segun+caprara&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=personalidad%20segun%20caprara&f=false

Cano, F., Rodríguez, L., y García, J. (2005). Introducción a la Psicología de la personalidad aplicada a las Ciencias de la Educación. España: MAD, S.L. pg. 104-105.

Caprara, G., Barbaranelli, C. y Borgogni, L. (1995). Cuestionario Big Five. BFAQ. Adaptación española. Madrid: TEA

Cano, F., Rodríguez, L., García, J., y Antuña, A. (2005). Introducción a la Psicología de la Personalidad aplicada a las Ciencias de la Educación: Manual Teórico. España: MAD, S.L. recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=HHpXZioXE4IC&pg=PA104&dq=TESON+FACTOR+DE+LA+PERSONALIDAD&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=TESON%20FACTOR%20DE%20LA%20PERSONALIDAD&f=false

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for The Behavioural Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Ed. Erlbaum.

De Vellis, R. (2012). *Scale development: Theory and applications* (4th ed.). Thousand Oakes, C.A: Sage.

Delicio, F. (2007). La vocación emprendedora de los estudiantes universitarios: el caso de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar Del Plata. Mar Del Plata: UNMDP. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/707/1/00370.pdf>

Elizondo, R., Donolo, D., y Corbalán, F. (2009). Evaluación de la creatividad ¿relaciones con la inteligencia y la personalidad? *RIDEP*. 28 (2), 67-79. Recuperado de: http://www.aidep.org/03_ridep/R28/r284.pdf

Espíritu (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Universidad de Colima*. México. Recuperado

de:<https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/viewFile/CESE0707110095A/9419>

Graves, S. (2009). Pasión, propósito y perseverancia: Amate y vive tus sueños. Estados Unidos: Arroyo-Hernández. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=VHQTAgAAQBAJ&pg=PA85&dq=perseverancia&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=perseverancia&f=false

Hernandez, R., Fernandez, C. y Baptista (2007). Metodología de la Investigación. 4 ed. México: McGraw-Hill.

Krauss (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica de Uruguay. Demes Empress. Vol 9 (1), pp. 28-40.

Kline, P. (1986). A Handbook of Test construction: Introduction to psychometric.

Loli, A. Del Carpio, J. y La Jara, E. (2008). "El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas". Revista de investigaciones Psicológicas. Vol. 12(1). UNMSM, Lima, Perú.

Loli, A., Del Carpio, J., y La Jara, E. (2009). El emprendimiento en los estudiantes de la UNMSM y su relación con algunas variables sociodemográficas. IIPSI, 12 (1), 111-130. Recuperado de...

Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J., y La Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional

de Ingeniería y su relación con algunas variables sociodemográficas. IIPSI, 13 (2), 139-151. Recuperado de...

Loli, A., Aliaga, J., Del Carpio, J., Vergara, A., y Aliaga, R. (2011). Actitudes de creatividad y emprendimiento y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de la Universidad Nacional Agraria- La Molina. IIPSI, 14 (1), 209-234. Recuperado de:

file:///G:/internado/TESIS/INFORMACION%20DE%20TESIS/EMPREN
DIMIENTO/LOLI11I.pdf

Loli, A., Del Carpio, J. y Vergara, A. (2012). "Actitudes hacia el emprendimiento, necesidad de logro y la atención de desarrollar un negocio en estudiantes de universidades públicas de Lima Metropolitana". Rev. IIPSI: Vol. 15 (1). Pp. 61-81 (2012), Facultad de Psicología, UNMSM, Lima, Perú.

Mavila, D., Tinoco, O., y Campos, C. (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Rev. Producción y Gestión, Vol. 12(2), pp. 32-39, Facultad Ingeniería Industrial, UNMSM, Lima, Perú.

Martinez, C., Redondo, R., Rua, A. y Fabra, E. (s.f.). Factores de la personalidad Big Five) y rendimiento académico en asignaturas cuantitativas de ADE. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Recuperado de:

file:///G:/TESIS%202016/BIG%20FIVE/con%20rendimiento%20academ
ico.pdf

Paredes, M.; Hernández, H., Campos, E., Vicuña, L., Merino, M., Morocho, J., Quesada, R. (2014). Programa de Alfabetización económica sobre conductas de emprendimiento en pobladores quechua hablantes de caseríos de Caraz. *Revista de Investigación en Psicología*. Vol. 17(2). Lima, IUPI- UNMSM.

Pardo, A., Ruiz, M. A. & San Martín, R. (2015). *Análisis de datos en ciencias sociales y de la salud I* (2ª. ed.). Madrid: Síntesis.

Rodríguez, F. (s.f). *Manual para la identificación de oportunidades de negocios*. Universidad Metropolitana. Recuperado de: http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_identificacionOportunidades_SAE.pdf

Roth, E. y Lacoa, D. (s.f.). *Análisis psicológico del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios: Medición, Relación y Predicción*. Departamento de Psicología: Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Saboia, F., y Martin, N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: Un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *REAd- Edição*, Vol. 12 (2), Universidad Federal do Ceará- UFC- Brasil, y Universidad de Valladolid- España.

Segura, E. (2009). *Cuestionando los valores*. México: Felou. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=Fv9GBAAQBAJ&pg=PA23&dq=perseverancia&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=perseverancia&f=false

Solf, A. (2006). Motivación Intrínseca Laboral y su relación con las variables de personalidad Orientación a la Meta y Tesón. Rev. IIPSI. Universidad de Lima, Perú.

Soria, K., Zuñiga, S., Ruiz, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: Nueva evidencia. Rev. Asociación Interciencia. Caracas, Venezuela. Vol 41 (5), pp. 325-329. Recuperado de: http://www.interciencia.org/v41_05/325.pdf.

Uribe, J. y De Pablo, J. (2011). Revisando el emprendimiento. Boletín económico de ICE N° 3021. facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Universidad de Almería.

Vázquez, J. (2015). El emprendimiento empresarial: la importancia de ser emprendedor. Campus Academi. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=fYfJCgAAQBAJ&pg=PA9&dq=que+es+el+emprendimiento&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20el%20emprendimiento&f=false.

Yarce; J. (2005). El poder de los valores en las organizaciones. México: Ediciones Ruz. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=fdd8kRjaML4C&pg=PA155&dq=perseverancia+en+un+proyecto&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=perseverancia%20en%20un%20proyecto&f=false

Yurrebaso, A. (2012). La personalidad y los valores sociales: Influencia en el emprendizaje. Tesis doctoral. Universidad de Salamanca, Facultad de Psicología.

ANEXOS

Anexo A

Correlaciones ítem-test corregidas del factor Tesón del modelo “Big Five”

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Teson1_r	81,1667	98,486	,434	,816
Teson3	80,7222	96,149	,801	,799
Teson4	80,2500	102,421	,619	,811
Teson5	80,4722	105,228	,407	,818
Teson6	83,5556	105,854	,200	,829
Teson8	80,1944	110,275	,168	,817
Teson9	80,9167	94,993	,620	,804
Teson10	80,4167	100,079	,545	,810
Teson11_r	81,5278	103,799	,211	,832
Teson12_r	80,4167	102,421	,475	,814
Teson15_r	80,8333	100,371	,386	,819
Teson16	83,4444	100,597	,335	,823
Teson17	81,0278	99,285	,535	,810
Teson18	80,2222	111,549	,178	,830
Teson19_r	81,0556	96,511	,524	,815
Teson20_r	80,6111	106,530	,292	,822
Teson21	80,9167	98,021	,516	,811
Teson22	80,4167	104,479	,415	,817
Teson23_r	80,8333	102,714	,351	,820

Anexo B

Correlaciones ítem-test corregidas del puntaje total de Actitud hacia el Emprendimiento

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Emp2_r	41,1389	26,752	,517	,828
Emp4	41,1111	27,416	,490	,831
Emp5	41,3889	26,473	,635	,822
Emp10	41,2778	26,263	,499	,829
Emp11_r	41,5278	25,913	,315	,853
Emp12	41,1944	26,790	,590	,825
Emp13	41,1111	25,816	,656	,820
Emp14_r	41,3889	24,244	,667	,816
Emp16	41,2500	29,107	,247	,842
Emp18	41,3611	26,923	,389	,837
Emp19	41,0278	26,942	,605	,825
Emp20	40,9167	26,193	,810	,816
Emp22	40,9444	28,111	,427	,834
Emp23_r	41,4167	27,507	,274	,847

ESCALA DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO: Declaro estar informado del objetivo y uso de la información proporcionada al responder la presente encuesta anónima.

Parte A INSTRUCCIONES

A continuación le presentamos un conjunto de afirmaciones que Ud., evaluará y marcará con un aspa (X) su acuerdo o desacuerdo en el casillero de cada afirmación o enunciado según el siguiente código:

TD = Total Desacuerdo
D = Desacuerdo
A = Acuerdo
TA = Total Acuerdo

No hay respuestas correctas o incorrectas. Se le pide que responda con sinceridad a todas las afirmaciones:

N°	AFIRMACIONES	Total Desacuerdo	Desacuerdo	Acuerdo	Total Acuerdo
1	Aun estando en dificultades logro acuerdos de solución ventajosos.				
2	Me es difícil descubrir oportunidades de negocio.				
3	Aprovecho con facilidad las oportunidades de ganar que se me presentan.				
4	Me sale bien lo que hago cuando aprovecho una oportunidad.				
5	Siento que no dejo pasar la oportunidad de hacer negocio.				
6	Prefiero que otro se encargue de dirigir las operaciones económicas.				
7	Me es fácil ponerme al frente de una actividad.				
8	A menudo me entero de cómo ganar más dinero.				
9	Sé que los productos que son más útiles tienen mayor acogida.				
10	Aunque los nuevos negocios me asustan estoy en el desafío.				
11	Siempre se falla cuando la actividad es nueva.				
12	Gano más si me arriesgo de verdad				
13	Siempre busco producir nuevas cosas				
14	Siento que no estoy al tanto de los gustos que tiene la gente.				
15	Lo peor que me puede pasar en un nuevo negocio es volver a empezar.				
16	Me gusta enfrentarme con situaciones que otros rehúyen.				
17	Procuro ser preciso al calcular las ganancias.				
18	Aprecio a las personas por sus capacidades antes que por su amistad.				
19	Admiro a la gente que genera su propio trabajo.				
20	Me gusta el equilibrio entre lucrar y proteger mi medioambiente.				
21	Soy firme cuando tomo una decisión.				
22	Creo estar convencido que casi todas las cosas pueden ser hechas de manera diferente.				
23	Prefiero los métodos que mis padres me han enseñado para agradar a la gente.				
24	Cambiaría mi organización si el mundo cambia.				
25	Si tuviera una empresa me veo reconocido por mi comunidad.				

Parte B

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará una serie de frases sobre formas de pensar, sentir o actuar. Indique en qué medida cada afirmación describe su forma habitual de pensar, sentir o actuar en su vida diaria. Para cada afirmación marque su respuesta con un aspa (X) sobre uno de los números de la columna (1, 2, 3, 4, 5 ó 6).

No hay respuestas correctas o incorrectas. Se le pide que responda con sinceridad a todas las afirmaciones:

1 = Total Desacuerdo
2 = En desacuerdo
3 = Casi en desacuerdo
4 = Casi en acuerdo
5 = De acuerdo
6 = Total de acuerdo

1	No me gusta hacer las cosas razonando demasiado sobre ellas.	1	2	3	4	5	6
2	Tiendo a ser muy reflexivo.	1	2	3	4	5	6
3	Llevo a cabo decisiones que he tomado.	1	2	3	4	5	6
4	Antes de tomar cualquier iniciativa, me tomo el tiempo para valorar las posibles consecuencias.	1	2	3	4	5	6
5	No creo que sea preciso esforzarme más allá del límite de las propias fuerzas, incluso aunque haya que cumplir algún plazo.	1	2	3	4	5	6
6	No me gusta vivir de manera demasiado metódica y ordenada.	1	2	3	4	5	6
7	Llevo a cabo lo que he decidido, aunque me suponga un esfuerzo no previsto.	1	2	3	4	5	6
8	Me molesta mucho el desorden.	1	2	3	4	5	6
9	Llevo adelante las tareas emprendidas, aunque los resultados iniciales parezcan negativos.	1	2	3	4	5	6
10	No suelo planificar mi vida hasta en los más pequeños detalles.	1	2	3	4	5	6
11	Cuando algo entorpece mis proyectos, no insisto en conseguirlos e intento otros.	1	2	3	4	5	6
12	Difícilmente desisto de una actividad que he comenzado.	1	2	3	4	5	6
13	Nunca he sido un perfeccionista.	1	2	3	4	5	6
14	Es inútil empeñarse totalmente en algo, porque la perfección no se alcanza nunca.	1	2	3	4	5	6
15	Antes de entregar un trabajo, dedico mucho tiempo en revisarlo.	1	2	3	4	5	6
16	Si fracaso en algo, lo intento de nuevo hasta conseguirlo.	1	2	3	4	5	6
17	Cuando un trabajo está terminado, no me pongo a repasarlo en sus mínimos detalles.	1	2	3	4	5	6
18	Si algo no se desarrolla tan pronto como se deseaba, no insisto demasiado.	1	2	3	4	5	6
19	Suelo cuidar todas las cosas hasta sus mínimos detalles.	1	2	3	4	5	6
20	Solo quedo satisfecho cuando veo los resultados de los que había programado.	1	2	3	4	5	6
21	No creo que sea útil perder el tiempo repasando varias veces el trabajo hecho.	1	2	3	4	5	6
22	Cuando empiezo hacer algo, nunca sé si lo terminaré.	1	2	3	4	5	6

POR FAVOR CONTESTE TODAS LAS PREGUNTAS, ES INDISPENSABLE

SEXO: (Masculino) (Femenino) EDAD:..... Ocupación:.....

Universidad o instituto:.....Facultad:.....

Especialidad:.....

¿Cuentas con un prototipo de innovación?

SI	NO
----	----

Quiero ser empresario: (SI) (NO) Mi familia tiene negocio: (SI) (NO)

Gracias por su colaboración