

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)**

**ESCUELA DE POST GRADO**

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

**UNIDAD DE POST GRADO**



**INFLUENCIA DE LA MOTIVACION DE LOGRO, ACTITUD  
EMPREDEDORA, Y AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA,  
SOBRE LA INTENCION EMPRENDEDORA EN LOS  
ESTUDIANTES DEL AREA DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL  
CUSCO**

**Tesis Presentada por la Magíster:  
GABY VARGAS VARGAS**

**Para optar el grado académico de  
DOCTORA EN PSICOLOGÍA**

**Lima – Perú  
2007**

## ***Dedicatoria***

*A mi madre y a toda mi familia quienes  
con su apoyo incondicional me ayudaron a  
lograr una de mis metas profesionales.*

## *Agradecimiento*

*Primeramente agradezco a Dios, por bendecirme y otorgarme la dicha de lograr mis metas.*

*Asimismo agradezco a las Autoridades de la unidad de Post grado por haberme permitido integrarme a la familia de psicología, y profundizar mis conocimientos interdisciplinarios como Comunicadora Social.*

*Un agradecimiento especial al Doctor Manuel Torres Valladares por su apoyo incondicional en la realización del presente estudio.*

*Un agradeciendo especial al Doctor Aníbal Meza y Mg. Elisa Yanac por su apoyo incondicional en el desarrollo de la presente investigación.*

*Asimismo un agradecimiento especial a los Doctores Luís Vicuña Peri, Juan García García, Carlos Jesús Can, Guillén, Ana Belén Gea Segura, Alex de Noble, Juan Moriano León, Francisco Palací Descals, José Morales Domínguez, autores de las escalas aplicadas en la presente investigación.*

*También agradezco a cada uno de los docentes quienes compartieron su sabiduría en este proceso de permanente aprendizaje de mi vida.*

## INDICE

### CAPITULO I

#### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

	<b>Pág</b>
<b>1 PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO</b>	<b>16</b>
<b>1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACION</b>	<b>16</b>
<b>1.2 DELIMITACIÓN DE OBJETIVOS</b>	<b>22</b>
<b>1.2.1 OBJETIVO GENERAL</b>	<b>22</b>
<b>1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>24</b>
<b>1.3 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN</b>	<b>26</b>
<b>1.4 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACION</b>	<b>28</b>

### CAPITULO II

#### MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

<b>2 MARCO TEORICO CONCEPTUAL</b>	<b>29</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO</b>	<b>29</b>
<b>2.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES</b>	<b>29</b>
<b>2.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES</b>	<b>31</b>
<b>2.2 ESTRUCTURA TEÓRICA Y CIENTÍFICA     QUE SUSTENTA EL ESTUDIO.</b>	<b>39</b>
<b>2.2.1. UNA APROXIMACION AL CONCEPTO         EMPRENDEDOR (ENTREPRENEUR)</b>	<b>39</b>
<b>2.2.2 TEORIA QUE SUSTENTA         LA INTENCION EMPRENDEDORA</b>	<b>43</b>
<b>2.2.2.1 TEORIA DEL COMPORTAMIENTO             PLANIFICADO DE AJZEN (1975)</b>	<b>43</b>
<b>2.2.3 INTENCION CONDUCTUAL</b>	<b>46</b>
<b>2.2.4 INTENCION EMPRENDEDORA</b>	<b>47</b>

<b>2.3</b>	<b>FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA</b>	<b>49</b>
2.3.1	ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO	49
2.3.1.1	ACTITUD EMPRENDEDORA	49
2.3.2	NORMA SUBJETIVA	51
2.3.2.1	MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA	52
2.3.3	CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO	53
2.3.3.1	CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES Y PREPARACION EMPRESARIAL	53
2.3.3.2	OBSTACULOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA	54
<b>2.4</b>	<b>TEORÍA DE LA MOTIVACIÓN DE LOGRO DE McCLELLAND (1961)</b>	<b>56</b>
2.4.1	DEFINICION DE MOTIVACION	57
2.4.2	MOTIVACION DE LOGRO	59
2.4.3	CONDICIONES QUE INVOLUCRAN Y SATISFACEN LA NECESIDAD DE LOGRO	61
<b>2.5</b>	<b>TEORIA DE LA AUTOEFICACIA DE ALBERT BANDURA (1977)</b>	<b>64</b>
2.5.1	AUTOEFICACIA	65
2.5.2	AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA	67
<b>2.6</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>69</b>
2.6.1	HIPÓTESIS GENERAL	69
2.6.2	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	69

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

<b>3</b>	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>74</b>
3.1	METODO DE INVESTIGACION	74
3.2	DISEÑO DE LA INVESTIGACION	77

<b>3.3 POBLACION</b>	<b>78</b>
<b>3.4 MUESTRA</b>	<b>79</b>
<b>3.5 VARIABLES DE ESTUDIO</b>	<b>101</b>
<b>3.6 DEFINICION CONCEPTUAL DE VARIABLES</b>	<b>101</b>
<b>3.7 DEFINICION OPERACIONAL DE LAS VARIABLES</b>	<b>101</b>
<b>3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	<b>103</b>
<b>3.6.1 ESCALA DE MOTIVACIÓN M-L (1997).</b>	<b>104</b>
<b>3.6.2 ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS (2003).</b>	<b>105</b>
<b>3.6.3 ESCALA DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA (2005)</b>	<b>108</b>
<b>3.7 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS</b>	<b>109</b>

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

<b>4. RESULTADOS</b>	<b>116</b>
<b>4.1 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO</b>	<b>118</b>
<b>4.1.1 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA ACTITUDES EMPRENDEDORA</b>	<b>118</b>
<b>4.1.2 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA</b>	<b>122</b>
<b>4.1.3 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE ESCALA CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES</b>	<b>124</b>
<b>4.1.4. ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA PREPARACION EMPRESARIAL</b>	<b>126</b>
<b>4.1.5 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA OBSTACULOS PARA CREACION DE EMPRESA</b>	<b>128</b>
<b>4.1.6 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA MOTIVACION DE LOGRO</b>	<b>131</b>
<b>4.1.7 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA</b>	<b>134</b>

4.1.8	ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA DE INTENCION EMPRENDEDORA	137
4.2	ANALISIS DESCRIPTIVO	139
4.2.1	ANALISIS DE LA NORMALIDA DE LAS VARIABLES	139
4.3	ANALISIS INFERENCIAL DEL CONTRASTE DE HIPOTESIS ANALISIS DEL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES	141
4.4	ANALISIS CORRELACIONAL	146
4.5	ANALISIS COMPARATIVO DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS SEGÚN SEXO	149
4.5.1	ANALISIS DE LA VARIABLE INTENCION EMPRENDEDORA SEGÚN EL SEXO.	149
4.5.2	ANALISIS DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES SEGÚN SEXO	150
4.5.3	ANALISIS DE LA VARIABLE PREPARACION EMPRESARIAL SEGÚN SEXO	151
4.5.4	ANALISIS DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA SEGÚN SEXO	152
4.5.5	ANALISIS DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA SEGÚN SEXO	153
4.5.6	ANALISIS DE LA VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA SEGÚN SEXO	154
4.5.7	ANALISIS DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA SEGÚN SEXO	155
4.5.8	ANALISIS DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO SEGÚN SEXO	156
4.6	ANALISIS COMPARATIVO DE LAS VARIABLES SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA	157
4.6.1	ANALISIS DE LA VARIABLE INTENCION EMPRENDEDORA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA	157

<b>4.6.2</b>	<b>ANALISIS DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA</b>	<b>158</b>
<b>4.6.3</b>	<b>ANALISIS DE LA VARIABLE PREPARACION EMPRESARIAL SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA</b>	<b>159</b>
<b>4.6.4</b>	<b>ANALISIS DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA SEGÚN CARRERA PROFESIONAL DE PROCEDENCIA.</b>	<b>160</b>
<b>4.6.5</b>	<b>ANALISIS DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA</b>	<b>161</b>
<b>4.6.6</b>	<b>ANALISIS DE LA VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA.</b>	<b>161</b>
<b>4.6.7</b>	<b>ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA</b>	<b>162</b>
<b>4.6.8</b>	<b>ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA</b>	<b>163</b>
	<b>CAPITULO V: DISCUSION</b>	<b>165</b>
	<b>CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>185</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	



## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1</b>	<b>DISTRIBUCION POBLACIONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL AREA DE CIENCIAS EMPRESARIALES SEGUN CARRERA PROFESIONAL</b>	<b>78</b>
<b>Tabla N° 2</b>	<b>DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN CARRERA PROFESIONAL</b>	<b>80</b>
<b>Tabla N° 3</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN EDAD</b>	<b>82</b>
<b>Tabla N° 4</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN SEXO</b>	<b>83</b>
<b>Tabla N° 5</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CICLO DE ESTUDIO.</b>	<b>85</b>
<b>Tabla N°6</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN COLEGIO DE PROCEDENCIA</b>	<b>86</b>
<b>Tabla N°7</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN DISTRITO DE RESIDENCIA</b>	<b>87</b>
<b>Tabla N°8</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN ESTADO CIVIL</b>	<b>88</b>
<b>Tabla N° 9</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION VIVE CON SUS PADRES</b>	<b>90</b>
<b>Tabla N° 10</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA</b>	<b>91</b>
<b>Tabla N° 11</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION DE TRABAJO</b>	<b>92</b>
<b>Tabla N° 12</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE TRABAJO</b>	<b>93</b>
<b>Tabla N° 13</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL PADRE</b>	<b>94</b>
<b>Tabla N° 14</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DEL PADRE</b>	<b>95</b>
<b>Tabla N° 15</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LA MADRE</b>	<b>97</b>
<b>Tabla N° 16</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DE LA MADRE</b>	<b>99</b>
<b>Tabla N° 17</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA</b>	<b>119</b>
<b>Tabla N° 18</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>121</b>
<b>Tabla N° 19</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES</b>	<b>122</b>
<b>Tabla N° 20</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>123</b>
<b>Tabla N° 21</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE LAS MOTIVACIONES PARA CREAR UNA EMPRESA</b>	<b>124</b>

<b>Tabla N° 22</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA LAS MOTIVACIONES PARA CREAR UNA EMPRESA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>125</b>
<b>Tabla N° 23</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE LOS OBSTÁCULOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA</b>	<b>126</b>
<b>Tabla N° 24</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE LOS OBSTÁCULOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>127</b>
<b>Tabla N°25</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS</b>	<b>128</b>
<b>Tabla N°26</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>130</b>
<b>Tabla N° 27</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA</b>	<b>132</b>
<b>Tabla N° 28</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>133</b>
<b>Tabla N° 29</b>	<b>ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE MOTIVACIÓN DE LOGRO</b>	<b>135</b>
<b>Tabla N° 30</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA MOTIVACIÓN DE LOGRO TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>136</b>
<b>Tabla N° 31</b>	<b>ANÁLISIS DE ITEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE PREPARACION EMPRESARIAL TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>137</b>
<b>Tabla N° 32</b>	<b>ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE PREPARACION EMPRESARIAL TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO</b>	<b>138</b>
<b>Tabla N° 33</b>	<b>ANÁLISIS DE LA BONDAD DE AJUSTE A LA CURVA NORMAL DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS A TRAVÉS DE LA PRUEBA DE KOLMOGOROV-SMIRNOV</b>	<b>139</b>
<b>Tabla N° 34</b>	<b>PRUEBA DE KOLMOGOROV-SMIRNOV PARA UNA MUESTRA</b>	<b>140</b>
<b>Tabla N° 35</b>	<b>ANÁLISIS DEL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES DE LA INFLUENCIA DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA</b>	<b>142</b>
<b>Tabla N° 36</b>	<b>ANALISIS DE LA INFLUENCIA DE LASVARIABLES ESTUDIADAS CON ELMODELO DE ECUASIOENS ESTRUCTURALES</b>	<b>145</b>
<b>Tabla N° 37</b>	<b>MATRIZ DE CORRELACIONES DE LAS VARIABLES ESUDIADAS</b>	<b>148</b>

<b>Tabla N° 38 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE INTENCION EMPREDEDORA SEGÚN EL SEXO</b>	<b>149</b>
<b>Tabla N° 39 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES SEGÚN EL SEXO</b>	<b>150</b>
<b>Tabla N°40 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE PREPARACION EMPRESARIAL SEGÚN EL SEXO</b>	<b>151</b>
<b>Tabla N°41 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA SEGÚN EL SEXO</b>	<b>152</b>
<b>Tabla N° 42 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA SEGÚN EL SEXO</b>	<b>153</b>
<b>Tabla N°43 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE ACTITUD EMPREDEDORA SEGÚN EL SEXO</b>	<b>154</b>
<b>Tabla N°44 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPREDEDORA SEGÚN EL SEXO</b>	<b>155</b>
<b>Tabla N°45 PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO SEGÚN EL SEXO</b>	<b>156</b>
<b>Tabla N°46 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE INTENCION EMPREDEDORA SEGÚN PROCEDENCIA DE CARRERA PROFESIONAL</b>	<b>157</b>
<b>Tabla N°47 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE INTENCION EMPREDEDORA SEGÚN PROCEDENCIA DE CARRERA PROFESIONAL</b>	<b>158</b>
<b>Tabla N°48 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE PREPACION EMPRESARIAL</b>	<b>159</b>
<b>Tabla N°49 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR</b>	<b>160</b>
<b>Tabla N°50 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA</b>	<b>161</b>
<b>Tabla N°51 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE ACTITUD EMPREDEDORA</b>	<b>162</b>
<b>Tabla N°52 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPREDEDORA</b>	<b>163</b>
<b>Tabla N° 53 RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO</b>	<b>164</b>

## **INDICE DE FIGURAS**

<b>Figura N° 1</b>	<b>MODELO TEORICO PROPUESTO</b>	<b>23</b>
<b>Figura N° 2</b>	<b>TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO AJZEN (1967)</b>	<b>45</b>
<b>Figura N° 3</b>	<b>MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS</b>	<b>146</b>

## **INDICE DE GRAFICAS**

<b>Gráfica N°1</b>	<b>DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN CARRERA PROFESIONAL</b>	<b>81</b>
<b>Gráfica N°2</b>	<b>DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN EDAD</b>	<b>83</b>
<b>Gráfica N°3</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN EDAD</b>	<b>84</b>
<b>Gráfica N°4</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN CICLO DE ESTUDIO</b>	<b>85</b>
<b>Gráfica N°5</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN COLEGIO DE PROCEDENCIA</b>	<b>86</b>
<b>Gráfica N°6</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN DISTRITO DE RESIDENCIA</b>	<b>88</b>
<b>Gráfica N°7</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN ESTADO CIVIL</b>	<b>89</b>
<b>Gráfica N°8</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION VIVE CON SUS PADRES</b>	<b>90</b>
<b>Gráfica N°9</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA</b>	<b>91</b>
<b>Gráfica N°10</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION DE TRABAJO</b>	<b>92</b>
<b>Gráfica N°11</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE TRABAJO</b>	<b>93</b>
<b>Gráfica N°12</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL PADRE</b>	<b>94</b>
<b>Gráfica N°13</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DEL PADRE</b>	<b>97</b>
<b>Gráfica N°14</b>	<b>DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LA MADRE</b>	<b>98</b>
<b>Gráfica N°15</b>	<b>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DE LA MADRE</b>	<b>100</b>
<b>Gráfica N°16</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>149</b>
<b>Gráfica N°17</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>150</b>
<b>Gráfica N°18</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>151</b>
<b>Gráfica N°19</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>152</b>
<b>Gráfica N°20</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>153</b>
<b>Gráfica N°21</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>154</b>
<b>Gráfica N°22</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>155</b>
<b>Gráfica N°23</b>	<b>DE LA REGLA DE DECISIÓN</b>	<b>156</b>

## RESUMEN

**METODO DE INVESTIGACION:** Para el presente estudio se aplicó el método ex post facto o no experimental **DISEÑO:** Transeccional correlacional–causal, realizado en estudiantes universitarios de la ciudad del Cusco. **OBJETIVO:** Analizar la influencia de las actitudes emprendedoras (actitud hacia la conducta), las motivaciones para crear empresa (norma subjetiva), los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa (Control conductual percibido), la motivación lo logro y la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales, de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, a través del análisis del modelo de ecuaciones estructurales.. **MATERIAL:** Escala de motivación de logro M-L, Escala de Actitudes emprendedoras, Escala de Autoeficacia emprendedora. **CONCLUSIONES:** los valores del resultado del análisis de la bondad de Ajuste a través del índice de Ajuste (GFI = 0.988) y el índice de Ajuste Ponderado (AGFI = 0.956) alcanzaron valores óptimos cercanos a 1. Además el análisis del índice residual de la raíz cuadrada media del error de aproximación, que evalúa la aproximación de la matriz de covarianza teórica con la matriz observada, alcanzó un valor pequeño (RMSEA= 0.045), lo que permiten aceptar el modelo teórico propuesto. Asimismo las correlaciones entre las variables presentaron asociaciones positivas y significativas en todos los casos.

**Palabras clave:** Modelo de ecuaciones estructurales, Intenciones emprendedoras, Motivación de logro, Actitudes emprendedoras, Autoeficacia emprendedora, Teoría del comportamiento planificado.

## INTRODUCCION

El interés por el estudio de los emprendedores desde la perspectiva de la psicología en últimos años a cobrado gran importancia, ya que la decisión de crear una empresa propia no solo depende de los factores externos sino de variables psicológicas que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora; es por ello que la presente tesis doctoral tuvo como propósito principal analizar las influencias existentes entre las variables: Actitud emprendedora, motivaciones hacia la creación de empresa, conocimientos empresariales, preparación empresarial, obstáculos para creación de empresa, motivación de logro, y la autoeficacia emprendedora sobre las intenciones emprendedoras.

La presente tesis se compone de dos partes fundamentales, la primera está dedicada a fundamentar teóricamente el marco objeto de la misma y la segunda, desarrolla su aspecto empírico.

En el primer capítulo, se presenta el planteamiento del estudio, en el cual se considera la formulación del problema, el planteamiento de los objetivos, la importancia del estudio y las limitaciones de la investigación.

El segundo capítulo, se refiere al marco teórico conceptual, en el cual se exponen los antecedentes del estudio, las bases teórico-científicas y todos aquellos aspectos relevantes relacionados con los conceptos de Actitudes emprendedoras, motivaciones hacia la creación de empresa, conocimientos empresariales, preparación empresarial, obstáculos para creación de empresa, motivación de logro,

autoeficacia emprendedora, intenciones emprendedoras. Asimismo, se plantea el sistema de hipótesis.

Los aspectos metodológicos son revisados en el tercer capítulo, presentándose la metodología empleada, el diseño metodológico, el universo y muestra de estudio, las variables estudiadas, las técnicas e instrumentos utilizados, el procedimiento de recolección de datos, las técnicas de procesamiento y el análisis estadístico de los datos.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados encontrados en la investigación.

En el quinto capítulo se presenta, la discusión de los resultados.

Y finalmente en el sexto capítulo se presentan, las conclusiones y las recomendaciones; en el que se establecen algunas consideraciones a tener en cuenta para futuras investigaciones.

# **CAPITULO I**

## **PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO**

### **1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACION**

Los cambios ocurridos a nivel mundial en los últimos años como la globalización de la economía, tienen incidencia en las políticas de empleo, las condiciones laborales, la generación de nuevos puestos de trabajo, generando altos índices de desempleo juvenil a nivel mundial; la Organización Internacional del Trabajo en el último informe "Tendencias mundiales del empleo juvenil", presentado el año 2004, señala en relación a los años 1993 al 2003, que las estadísticas del desempleo juvenil se han incrementado del 11.7% al 14.4% (88 millones de jóvenes) respectivamente.

En la Región Cusco los estudios realizados por el Proyecto Observatorio Socio Económico Laboral del Cusco del Ministerio de Trabajo y Promoción Social en el último informe "Situación laboral de los jóvenes en la ciudad del Cusco", presentado el año 2005, señala que los índices en relación a la situación laboral juvenil se ha incrementado, donde la participación de los jóvenes en la fuerza de trabajo alcanza el 59.0% de la población, en edad de trabajar (PET); siendo este porcentaje menor a la tasa de actividad de la población total de la ciudad del Cusco, es decir que 66.7%, se encuentra buscando trabajo; existiendo así más demanda que oferta laboral.



Dada las circunstancias actuales y teniendo en cuenta las características del mundo laboral y de la economía, el autoempleo surge como una de las alternativas más importantes de la inserción laboral. Palací y Moriano, 2003 señalan que el autoempleo es la vía de inserción y desarrollo profesional que está adquiriendo cada día más importancia por lo tanto los jóvenes universitarios deben estar orientados a generar su propio autoempleo para responder a los desafíos del mercado laboral y ser el promotor de su propio puesto de trabajo y de nuevos puestos de trabajo, siendo en este contexto de crisis social y económica una alternativa viable de trabajo (p.91-126).

El autoempleo entonces se percibe como una alternativa laboral para muchos jóvenes universitarios de países en vías de desarrollo como el nuestro. Es así, que el autoempleo en los últimos años ha dado paso al estudio científico del emprendedor, desde diferentes enfoques, considerando el emprendedurismo como un eje potencial, porque crea riqueza y empleo, y además contribuye al desarrollo económico del país. Además las características del nuevo mercado laboral como los cambios en las orientaciones personales hacia el trabajo nos sugieren que el autoempleo y las pequeñas empresas van a ser cada vez una realidad más extendida en nuestro contexto.

Sin embargo en nuestro medio encontramos altos índices de desempleo como señala el Programa de Estadísticas y Programas Laborales (PEEL) del Ministerio de Trabajo, en el informe del año 2005; donde la brecha de ingreso según grupos ocupacionales, y según el género, en el mercado laboral presentan porcentajes elevados; asimismo observamos en la práctica diaria que los estudiantes no

presentan interés por emprender, posiblemente esta decisión no se asume, por que el emprender o crear una empresa no obedece directamente, ni automáticamente a los factores económicos o empresariales, tampoco a la voluntad política de crear empleo, a través de políticas de promoción económica, ni a la situación voluntaria de los cambios que vienen ocurriendo en el ámbito laboral, sino que aparentemente es parte de una dinámica mucho más compleja e integral y que esta directamente relacionada con componentes subjetivos de la persona; como la actitud, la motivación de logro, sus motivaciones para emprender, la creencia en sus propias habilidades, sus intenciones hacia la creación de su propia empresa; así nos planteamos las siguientes interrogantes en relación al sujeto emprendedor ¿Quiénes tienen la intención de emprender?, ¿En que son diferentes los sujetos emprendedores de los no emprendedores?, ¿Cuáles son los perfiles que presentan los sujetos emprendedores?, ¿De que depende que los sujetos actúen como emprendedores?.

En este sentido consideramos necesario el estudio de los factores psicológicos como las actitudes hacia la conducta (actitudes emprendedoras), la norma subjetiva (motivaciones hacia la creación de empresa), y el control conductual percibido (conocimientos empresariales, preparación empresarial, obstáculos para la creación de empresa), la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora que influyen en la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, ya que el éxito en la creación de una nueva empresa depende fundamentalmente de la decisión del sujeto emprendedor que arriesga sus recursos para trabajar por cuenta propia (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003).

Bajo esta perspectiva el presente estudio pretende despejar las siguientes interrogantes:

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

### **PREGUNTA GENERAL:**

¿Cómo influye la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales, de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

### **PREGUNTAS ESPECÍFICAS:**

¿Que relación existe entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre los conocimientos empresariales y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre la preparación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre la motivación de logro y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre las motivaciones para crear empresa y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Que relación existe entre los conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Qué diferencias presentan, la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora según el sexo en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

¿Qué diferencias presentan, la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora según la carrera de procedencia en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco?

## **1.2 DELIMITACION DE OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL:**

- Analizar la influencia de la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Se propone un modelo teórico de relación causal. Ver grafica N°1.

El propósito es indagar acerca de:

- 1) La Actitud Emprendedora influye sobre la Intención Emprendedora
- 2) Las Motivaciones para crear Empresa influyen sobre la Intención Emprendedora.
- 3) Los conocimientos empresariales influyen sobre la Intención Emprendedora
- 4) La Preparación Empresarial influye sobre la Intención Emprendedora
- 5) Los Obstáculos para crear empresa influye sobre la Intención Emprendedora
- 6) La Motivación de Logro influye positivamente sobre la Intención Emprendedora.
- 7) La Autoeficacia Emprendedora influye positivamente sobre la Intención Emprendedora
- 8) La Actitud Emprendedora influye sobre la Autoeficacia Emprendedora
- 9) Las Motivaciones para crear empresa influyen sobre la Autoeficacia Emprendedora

10) La Motivación de Logro influye sobre la Autoeficacia Emprendedora

11) Los Conocimientos Empresariales influyen sobre la Autoeficacia emprendedora

FIGURA N°1

MODELO TEÓRICO PROPUESTO



Modelo teórico propuesto por Gaby Vargas V.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Realizar el análisis psicométrico de las pruebas de actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora, la intención emprendedora; aplicada en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre los conocimientos empresariales y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre la preparación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.



- Determinar las correlaciones entre los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre la motivación de logro y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre la actitud emprendedora y la emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre las motivaciones para crear empresa y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Determinar las correlaciones entre los conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

- Comparar la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora, la intención emprendedora según el sexo en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Comparar actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora según la carrera de procedencia en los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

### **1.3 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

El trabajo juega un papel importante en la vida del hombre siendo un medio para satisfacer sus necesidades y para autorealizarse, frente a la crisis social y económica que viene atravesando nuestro país el autoempleo es una alternativa viable de generación de empleo y específicamente en la ciudad del Cusco, se requiere emprendedores capaces de crear su propia empresa y/o nuevas empresas y aprovechar las ventajas que supone un mercado común siendo las pequeñas y medianas empresas el principal eje de desarrollo económico.

Desde la perspectiva del enfoque psicológico el estudio de los factores internos del sujeto emprendedor como la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora, la intención emprendedora, en los estudiantes del área de ciencias empresariales cobra una gran importancia para la universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, ya que como centro de formación está llamada a desarrollar estrategias conducentes a la formación y desarrollo de la capacidad emprendedora como una forma de contribuir al desarrollo económico de la región y del país. De acuerdo a la UNESCO (1997) “las universidades necesitan desarrollar el capital más valioso de una sociedad. Así uno de los aspectos fundamentales es el desarrollo “las políticas institucionales que deben ser coherentes con las exigencias del entorno y al plan educativo nacional, así como tener una pertinencia nacional y regional” (p. 57)

La relevancia de esta investigación se justifica desde el punto de vista académico, ya que los resultados del estudio contribuirán a conocer las intenciones emprendedoras de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco; asimismo los resultados pueden ser considerados para tomar medidas preventivas y correctivas para mejorar las políticas en relación al emprendimiento y plantear políticas de apoyo a la iniciativa emprendedora; proponer planes correctivos en el plan de estudios; y fortalecer la orientación académica para responder a la empleabilidad.

Desde el punto de vista empresarial, el presente estudio posiblemente será de gran utilidad para los futuros empresarios por que ayudará a entender la importancia

que tienen la influencia de los factores personales, ambientales, motivacionales y cognitivos sobre las intenciones emprendedoras; los mismos que tienen incidencia en el éxito inicial del comportamiento emprendedor.

#### **1.4 LIMITACIONES DEL ESTUDIO**

Las limitaciones del estudio que se presentó durante la realización del presente estudio se clasifican como:

##### **1.4.1 SITUACIONALES:**

- a) Se trabajó únicamente con una muestra de 339 estudiantes del área de ciencias empresariales integrado por las carreras profesionales de administración, economía, contabilidad, y turismo, de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- b) Ausencia de estudios realizados en el ámbito de la región Cusco con respecto a las variables del estudio.
- c) Ausencia de estudios realizados en el contexto de la universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco con relación al tema de estudio.
- d) Los resultados no se pueden generalizar por tener una muestra solo en el ámbito de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

##### **1.4.2 METODOLÓGICAS**

- a) Considerando la determinación de la población e integrantes de la muestra, los resultados no pueden ser generalizados para todos los estudiantes.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

Las investigaciones realizadas con relación a las variables de estudio se presentan desde diferentes enfoques. A continuación presentamos investigaciones realizadas a nivel nacional e internacional.

##### **2.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES.**

En nuestro medio se han realizado diversas investigaciones con relación al tema de estudio desde diferentes enfoques.

Dodobara, F (2005) realizó el estudio correlacional-descriptivo sobre “Relación entre motivación de logro académico, la autoeficacia y la disposición para la realización de una tesis”. La muestra estuvo conformada por estudiantes de ambos sexos pertenecientes a tres universidades privadas de Lima. Las conclusiones del estudio indican que no existe una relación significativa entre motivación de logro y la autoeficacia para la realización de una tesis en estudiantes de tres universidades de Lima. Este hallazgo resulta sorprendente, porque si una persona esta motivada a buscar el éxito en situaciones académicas del pregrado, entonces, supuestamente, obtendrá los conocimientos necesarios para hacer una tesis.

Asimismo, Vicuña L., Hernández H., Ríos, J. (2004) realizaron el estudio de tipo correlacional-descriptivo sobre “la motivación de logro y el autoconcepto en estudiantes de la Universidad Nacional de Mayor de San Marcos”. La muestra estuvo conformada por 768 estudiantes con especialidades académicas de áreas A, B, y C; el instrumento que se aplicó fue el inventario de motivación M-L (1996). Las conclusiones del estudio muestran que existe una correlación significativa de los componentes de la motivación de logro, lo que indica que son componentes de un mismo factor; mientras la variable autoconcepto tiende a ser influido por el sexo y no así por el área académica de procedencia; los resultados descriptivos indican que el 60% de la muestra examinada se ubica en las categorías de tendencia alta, lo que es un buen indicador respecto a la forma como se describen a sí mismos, y cómo mantienen constante su búsqueda de éxito.

Por su parte Thornberry, G. (2003) realizó el estudio de tipo correlacional sobre la “Relación entre motivación de logro y rendimiento académico en alumnos de colegios limeños de diferente gestión”. La muestra estuvo conformado por 166 alumnos de Lima. Las conclusiones del estudio señalan que se encontró correlación entre la motivación de logro académico y el rendimiento académico de los estudiantes, no se ve influencia por el colegio de procedencia ni por el género. Sin embargo el nivel de motivación de logro académico obtenido por los alumnos si se encuentra afectado por el colegio de procedencia, más no por el género; mientras que su rendimiento académico esta influenciado por ambos. Además el análisis cualitativo reveló que los alumnos del colegio público presentan una motivación de logro académico mayor pero su desempeño académico es menor.

Asimismo Vicuña L., (1998) realizó un estudio exploratorio sobre “la disposición psicológica y expectativas del estudiante universitario para la formación de empresas y el rol gerencial”, la muestra estuvo integrada por los estudiantes del cuarto y quinto año de estudios de las diferentes Facultades de la Universidad Mayor de San Marcos. Se aplicó el cuestionario de disposiciones psicológicas, el cuestionario de autopercepción, y la escala de motivación M-L 1996. En síntesis los resultados presentaron que existen diferencias significativas según las facultades de procedencia, y no así en cuanto al género, donde la motivación de afiliación caracteriza prioritariamente al estudiante próximo a egresar; además señala que el 90% manifiesta su voluntad por formar su propia empresa, de los cuales el 49 % se orienta por las empresas de servicios, 22% comercialización, y el 19% por empresas de producción y el 10% señalo no poder formar empresas.

### **2.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES.**

A nivel internacional también se ha enfatizado desde diferentes enfoques la investigación sobre la variables de motivación de logro, autoeficacia emprendedora y actitud emprendedora e intenciones emprendedoras, así podemos mencionar el estudio realizado por Moriano J, et al (2006) sobre “el perfil psicosocial del emprendedor universitario”, desde la perspectiva de la intención emprendedora; el estudio analizó las variables psicosociales que permiten elaborar el perfil del emprendedor universitario en España. Para ello, se utilizó un modelo de desarrollo de la carrera profesional que permita clasificar las variables psicosociales en tres espacios: familiar, sociolaboral y personal. La muestra fue formada por 601 estudiantes universitarios procedentes de la Comunidad Autónoma de Castilla y

León. Los resultados indican que los estudiantes, en general, tienen una alta intención de trabajar por cuenta ajena, en una empresa privada o en la Administración Pública, y una baja intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo. Específicamente, se ha encontrado que el género, la familia, la experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, el apoyo social, la percepción de barreras, los valores individualistas y colectivistas permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

Bhandari N. (2006) Realizó la investigación “Intention for Entrepreneurship among Students in India”. El propósito de esta investigación era estudiar lo que se propuso hacer un grupo de estudiantes de la universidad en la India después de terminar la educación universitaria: ¿comenzar su propio negocio (empresarios convertidos) o trabajar para algún otro? Un cuestionario de 62 artículos fue administrado a los primeros estudiantes del año de la Facultad de estudios del comercio y de la gerencia en la universidad de Jai Narain Vyas, Jodhpur, la India. Los resultados señalan que de las dieciocho variables independientes, sólo dos (suerte y conducir a la gente) fueron encontrados para tener relaciones significativas con la variable dependiente (comenzar tu propio negocio). Según resultados del análisis factorial, seis variables (conducir a la gente, ser mi propio jefe, a poner mis ideas innovadoras en práctica, la determinación, el desafío personal y la educación del no-negocio) fueron encontradas para relacionarse con la variable dependiente. Finalmente, el análisis logístico de la regresión demostró que estos seis factores tienen un valor profético de 92.35%.



Otro estudio realizado por Mira S. I, (2005) sobre “la creación de empresas por titulados universitarios: Una aproximación a los factores de influencia del ámbito de la universidad”, el estudio profundiza en las actitudes y comportamiento de los titulados universitarios hacia la creación de empresas, y en la influencia que su paso por la universidad puede tener en ello. La muestra estuvo integrada por 2000 sujetos entre 18 y 65 años, recogidos a través del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en la Comunidad Valenciana, lo que ha permitido analizar diferencias significativas concernientes a la creación de empresas entre titulados universitarios y otros grupos de población; y en segundo lugar, se efectuó un estudio de casos en el ámbito de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Los resultados obtenidos mostraron que la población con educación universitaria percibe la existencia de oportunidades de negocio en mayor medida que el resto de la población; en la misma dirección percibe que es capaz de crear empresas y muestra su intención de hacer también en mayor medida. En cuanto a las influencias universitarias se ha puesto de manifiesto la importancia de las actividades prácticas ligadas a los planes de estudios, los contactos con grupos de investigación y la influencia de los programas de fomento y apoyo a la creación de empresas desarrollados por la propia universidad, y en los que pueden implicarse agentes del entorno socioeconómico. Estos resultados contribuyen a caracterizar el fenómeno de la creación de empresas por universitarios y a explicar el papel que juegan las universidades en dicho proceso.

Moriano J. y et al. (2005) Realizaron un estudio descriptivo sobre “los emprendedores en España, la República Checa y Bulgaria”. Los objetivos del estudio se centraron en describir las principales características psicológicas y

socioeconómicas que rodean al emprendedor (valores, competencias, metas laborales, dificultades, etc.). Se aplicó la *Escala de Autoeficacia Emprendedora (AE)*, que fue propuesta por De Noble, Jung y Ehrlich (1999) que mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de una nueva empresa. El cuestionario fue administrado a una muestra de 340 sujetos, formado por 139 hombres (41,2%) y 198 mujeres (58,8%) con edades establecidas entre 17 y 70 años, siendo la edad media de 40 años. Los sujetos encuestados pertenecían a tres países diferentes: España (28,2%), Bulgaria (38,9%) y República Checa (32,9). Respecto a la situación laboral, la mayoría de los sujetos trabajan (88,7%), ya sea por cuenta ajena (39,2%) y cuenta propia (49,5%). Teniendo en cuenta la situación laboral los sujetos se han clasificado como no emprendedores (57,8%) y emprendedores (42,2%). En síntesis el estudio describe las principales características psicológicas y sociales que rodean al emprendedor en diferentes países europeos. Y consideran que es necesario realizar más estudios de este tipo, ya que la realidad sobre el autoempleo es muy diferente de un país a otro, y, por tanto, es necesario que cada país preste atención a la formación y estimulación de aquellos aspectos que son más necesarios para el desarrollo de la conducta emprendedora. Las conclusiones a las que arribó dicho estudio son que existen diferencias de las características emprendedoras entre España y los países de Europa. Los emprendedores españoles presentan puntuaciones más altas (por ejemplo, autoeficacia o locus de control interno) porque el entorno que les rodea fomenta más el desarrollo de la conducta emprendedora.

Liñan F. (2004) realizó la investigación “Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad” en Sevilla. El objetivo del

trabajo fue desarrollar una visión de la educación empresarial basada en la visión de proceso de la actividad empresarial y en el modelo de intenciones del comportamiento empresarial. De esta forma, fue concebido el proceso empresarial, dividido en tres etapas fundamentales: el empresario potencial, el empresario naciente, y el empresario dinámico. Por su parte, los modelos de intenciones tratan de identificar los factores que condicionan la decisión de ser empresario. A partir de esta visión de la actividad empresarial, desarrollo una concepción de la educación empresarial que se basa en ella. De esta forma, fue concebido la educación empresarial como el tipo de formación que pretende desarrollar la intención de ser empresario y de llevar a cabo comportamientos dinamizadores por parte de los participantes, o los elementos que configuran esa intención (el conocimiento empresarial, la deseabilidad percibida de la actividad empresarial, o su factibilidad). La contrastación empírica llevada a cabo permitió comprobar la validez del modelo de intenciones del comportamiento empresarial, así como contrastar satisfactoriamente la clasificación de la educación empresarial realizada.

Franke N., y Lüthje, C. (2003) realizaron el estudio “Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study”. El objetivo del estudio fue comparar las intenciones emprendedoras de estudiantes en dos universidades de habla alemana (la universidad de Viena de la economía y Administración del negocio y la universidad de Munich) con los resultados correspondientes para una institución principal en este campo: Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT). Encontraron patrones muy distintos del espíritu emprendedor en estas universidades. Los resultados también sugieren que el nivel inferior de intenciones de creación de

empresa entre estudiantes en Munich y Viena se pueda atribuir a su educación menos distintiva del espíritu emprendedor.

Otra investigación realizada en España por García J. García J., Cano C., y Gea A. (2003) sobre “Actitudes emprendedoras en estudiantes universitarios y empresarios. Evidencias de validez de un instrumento”. Tuvo como objetivo validar una escala unidimensional identificación del perfil general de alta propensión hacia la creación de empresas, constituido por ítems de Creatividad, Perseverancia, Capacidad de organización, Independencia, Confianza en sí mismo, Riesgos calculados, Tolerancia a la incertidumbre, Actitud competitiva, Capacidad de negociación y Locus de control. El estudio se realizó en una muestra representado por 528 estudiantes de los últimos cursos de las carreras profesionales que se imparten en la Universidad de Almería, además se seleccionaron otras dos muestras, formada por los participantes en un premio de “Iniciativas Empresariales” y otra compuesta por empresarios de la provincia de Almería. El estudio llegó a las conclusiones que el perfil de emprendedor se ha presentado en mayor medida en personas que se han presentado al premio de iniciativa empresarial y en empresarios que en estudiantes universitarios, lo que aporta evidencias de validez de cara a un posible uso prospectivo.

Asimismo Orti G. A., (2002) realizó en Sevilla la investigación sobre el “Fomento de la iniciativa emprendedora en el estudiante universitario: la autoeficacia percibida emprendedora”, básicamente el estudio estuvo orientado a profundizar el concepto de la Autoeficiencia Percibida como fórmula de autodiagnóstico de las capacidades emprendedoras que pueda tener o carecer el

sujeto emprendedor potencial y que sean susceptibles de fomentar. Asimismo, desarrollo escalas de medición del éxito, tanto en términos de percepción como expectativas. El estudio concluye con la propuesta de numerosísimas líneas de investigación emergentes en torno al emprendedor y que contribuyan a dotar al emprendedorismo de un cuerpo específico de conocimiento.

También Beas, I y et al (2001) realizaron un estudio en la Universitat Jaume I de Castellón cuyo objetivo del estudio fue describir la autoeficacia para la búsqueda de empleo en jóvenes universitarios. El instrumento utilizado en el estudio fue el cuestionario de actitudes hacia la Búsqueda de Empleo (A.B.E.), diseñado y validado por LLORENS, BEAS y CIFRE (2000). El estudio se llevó a cabo sobre una muestra de los 107 estudiantes de los últimos cursos de carrera y recién titulados, pertenecientes al grupo que recibió asesoramiento e información en materia de búsqueda de empleo. De esa muestra, se seleccionó a los sujetos que tenían experiencia en la búsqueda de empleo. La sub muestra total se compone de 46 estudiantes del último curso de carrera y recién titulados.. El rango de edad oscila entre los 20 y los 32 años edad ( $X=23,8$  años;  $Sd=2,97$ ), el 13 % son hombres y el 87 % mujeres. En cuanto al estado civil, la mayoría de la muestra son solteros (93,5%. Además, el 86,9% son alumnos pertenecientes a la licenciatura en Psicología, y el 78,3% de los sujetos no están titulados. Los resultados señalan que la autoeficacia para la búsqueda de empleo predice la intensidad de dicha búsqueda y la satisfacción con ésta.

La investigación sobre “actitudes emprendedores de los estudiantes universitarios de la Comunidad Autónoma del País Vasco realizado por Ibáñez R. A.

(2000), se centro en la figura del emprendedor, para aclarar el concepto, y describir las características y motivaciones que tiene este personaje, además conocer los esquemas del comportamiento emprendedor y los factores que influyen sobre la decisión de crear la propia empresa, con el objetivo principal de descubrir si existen o no actitudes emprendedoras en la comunidad universitaria. Entre las contribuciones o aportaciones más relevantes de la investigación destaca la identificación de cinco factores que componen la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la CAPV, y las diferencias de su perfil con el de verdaderos emprendedores, también señala que la actitud emprendedora es distinta dependiendo del tipo de estudios cursados, y varía tras un año académico.

Por su parte Rusque, A. et al. (1998) realizaron un estudio sobre “Medición de la Capacidad Emprendedora, de la Comunidad Europea”, con la participación de 12 universidades de Europa y latino América). El trabajo de investigación tuvo como propósito fundamental profundizar en el conocimiento de qué es la capacidad emprendedora, la que resulta de la interacción entre investigadores y docentes de las Universidades participantes. Además de profundizar en el concepto, estudiar su relación con la definición del perfil del egresado, del nivel universitario y, específicamente, de los administradores. La medición de la capacidad emprendedora se hizo en una primera etapa cuantitativamente aplicando una encuesta que permite detectar las variables: Creatividad, Liderazgo, Comunicación, Negociación, Honestidad, Responsabilidad, Tenacidad, Altruismo, Auto-confianza, Capacidad para Asumir Riesgos.

## **2.2. ESTRUCTURA TEÓRICA Y CIENTÍFICA QUE SUSTENTA EL ESTUDIO**

### **2.2.1 UNA APROXIMACION AL CONCEPTO “EMPRENDEDOR” (ENTREPRENEUR)**

Entrepreneur (emprendedor) deriva del vocablo latino prenderé que significa acometer, intentar. La primera vez que surge el término emprendedor es en los escritos del pensador francés Cantillo por el año 1755 (mediados del siglo XVIII), quien se refiere al empresario a quien le asigna entre sus funciones la de crear y poner en marcha una actividad empresarial (Castillo,1999). La figura del emprendedor ha sido estudiada desde diferentes enfoques como la historia, sociología, economía, administración de empresas y psicología.

El presente estudio se sustenta en la definición de Venecia (1980) que señala claramente al entrepreneur o emprendedor, como aquel “sujeto que solo o en compañía de otros decide crear una empresa” (p.10). La literatura en relación al emprendedor nos presenta varias definiciones, a manera de síntesis presentamos algunas:

Moliner (1975) señala que la persona emprendedora es "la que tiene iniciativa y decisión para emprender un negocio o acometer empresas" (p. 279).

Carton, R., Hofer, C. y Meeks, M.(1998) “emprendedor es el individuo, o equipo de personas, que identifica una oportunidad de negocio, reúne los recursos

necesarios, crea la empresa y es el último responsable de las consecuencias y el desarrollo de la organización”

Reynolds y White (1997) describen la capacidad emprendedora como un conjunto de actos intencionados y ordenados que incluyen diferentes acciones encaminadas a tener un control sobre el proceso, con el objetivo de conseguir el resultado deseado y que conlleva la necesidad de tomar una serie de decisiones a lo largo del proceso

La psicología social se centró en el estudio de los factores psicológicos del sujeto emprendedor a partir de la década de los cincuenta, uno de los autores que mostró interés por el estudio de los emprendedores según Fillon (2000) fue Weber (1930) quien identificó el sistema de valor como un elemento fundamental para explicar el comportamiento emprendedor. Por su parte Além (1939) dice que Weber asumió a los emprendedores como innovadores y como personas independientes, cuyo papel como líderes empresariales que poseen una fuerte autoridad formal. Esa interpretación tuvo una respuesta por Brouwer (2002) quien afirma que la teoría de Weber (1930) no fue dirigida explícitamente para los emprendedores. “La ética puritana fue dirigida a los hombres de negocio, a los profesionales liberales y a los trabajadores” (Brouwer, 2003, p. 88).

De manera más específica Fillon (2000) señala que fue McClelland (1961) quien realizó las primeras investigaciones sobre el estudio de los emprendedores en las ciencias del comportamiento mediante la exploración de la motivación humana. McClelland en sus estudios descubrió correlación positiva entre las necesidades



de realización y la actividad emprendedora centrándose en la actuación de los gerentes de grandes organizaciones.

Posteriormente el interés por el estudio del emprendedor ha sido considerado como una línea de investigación amparada en el cognitivismo y enfocada en las intenciones emprendedoras, permitiendo predecir el comportamiento planeado de cómo iniciar un nuevo negocio (Ajzen, 1991). También se ha dado lugar al surgimiento de modelos que explican la capacidad emprendedora; a manera de síntesis presentamos a continuación:

El modelo de desarrollo de carrera emprendedora siguiendo la estructura de Sonnenfelt J., y Kotter J. (1982), Hall D. (1976) definió el desarrollo de carrera como la forma en que un individuo percibe sus actitudes y sus conductas asociadas al trabajo.

El modelo cognoscitivo psicosocial propuesto por Katz (1992) es un modelo que integra valores, los procesos de la toma de decisiones y aspectos sociales. Entre estos últimos aspectos se tendrán en cuenta la historia personal y el contexto social. Este modelo se encuentra inserto dentro del marco de la Teoría Social Cognitiva, iniciada por Bandura (1991) y aplicada a múltiples investigaciones del campo de la psicología social relacionado con los emprendedores Chen, Green y Crack. (1998); Baron. (1999); De Noble, Dong y Sanford, (1999); Baron y Markman (1999).

El Modelo de Red propuesto por Fortín (1992) se centra en las relaciones de interdependencia que el emprendedor tendrá que crear y conseguir para que su empresa funcione adecuadamente.

El modelo multidimensional del emprendedor propuesto por Herron y Robinson (1993) aborda el estudio a través de la relación entre las motivaciones, los rasgos de personalidad, las competencias y los comportamientos.

El modelo de las competencias emprendedoras de Soler (1998) aborda el estudio a través de las competencias técnicas, conceptuales e interpersonales. Bueno y Morcillo (1997), Morcillo y Cubeiro (1998), Soler (1998), Trejo (1998) y Trejo, Palací, Moriano y Sánchez (2002) consideran que el papel de las competencias es muy importante, pues, además de influir sobre el nivel de intensidad de las motivaciones, influye de forma directa sobre los comportamientos que adoptará el emprendedor.

El modelo homeostático propuesto por Mateu (1999) explica la actuación del emprendedor entre las relaciones existentes entre el plano mental (idea, motivaciones, personalidad) y el plano real (circunstancias, decisión, empresa). A través de la historia personal, tal como la experiencia vicaria, las características personales (motivaciones, rasgos de personalidad, actitudes, valores,...) y habilidades personales pueden predisponer a los individuos hacia intenciones emprendedoras. Igualmente, el contexto social (apoyo social, normas subjetivas, percepción de oportunidades, recursos) pueden también contribuir en la formación de las intenciones emprendedoras.

## **2.2.2 TEORIA QUE SUSTENTA LA INTENCION EMPRENDEDORA**

### **2.2.2.1 TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO DE AJZEN Y FISHBEIN (1975)**

Fishbein (1967), Ajzen y Fishbein (1980) presentaron una importante contribución al estudio de la relación entre actitud y conducta, contrariamente a la mayoría de los investigadores que distinguen los componentes cognoscitivo, afectivo y conductual; ellos prefieren reservar para la caracterización de las actitudes sólo el aspecto afectivo y determinar su papel conjuntamente con otros factores en la formación de la intención conductual, que a su vez constituye un buen predictor de la conducta de una persona.

La argumentación central de Fishbein y Ajzen (1977) es que únicamente podemos encontrar una relación estrecha entre actitud y conducta, en aquellos casos en los que se da una alta correspondencia entre la medida de actitud y de la conducta; así, deberían de emplearse los criterios de conducta de actos múltiples los cuales son simples mediciones de la conducta que incluyen un gran número de acciones hacia el objeto. Así el sentimiento acerca de un objeto determina los beneficios generales de nuestra categoría de acciones hacia este. La expectativa que las actitudes generales deberían predecir conductas específicas no es razonable. Así Fishbein y Ajzen (1974), presentaron pruebas sobre cómo las conductas específicas pueden predecir por la medición de las actitudes de la gente hacia la conducta misma.

La teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1975), emergió como

una de las estructuras conceptuales más influyentes para el estudio de las acciones humanas. De acuerdo con la teoría, el comportamiento humano es guiado por tres tipos de convicciones: *las convicciones de comportamiento* (las convicciones sobre las probables consecuencias y otros atributos del comportamiento), *las convicciones normativas* (las convicciones sobre las expectativas normativas de las otras personas) y *las convicciones de control* (convicciones sobre la presencia de factores que pueden favorecer o pueden impedir el desempeño del comportamiento).

Ajzen (1985), en su teoría del comportamiento planificado señala que existen tres componentes básicos que determinan la intención conductual. Estos factores son: *primero* las actitudes; que según esta teoría, hacen referencia de que la actitud hacia una determinada acción se refiere al grado en que una persona evalúa de una manera favorable o desfavorable el comportamiento en cuestión.

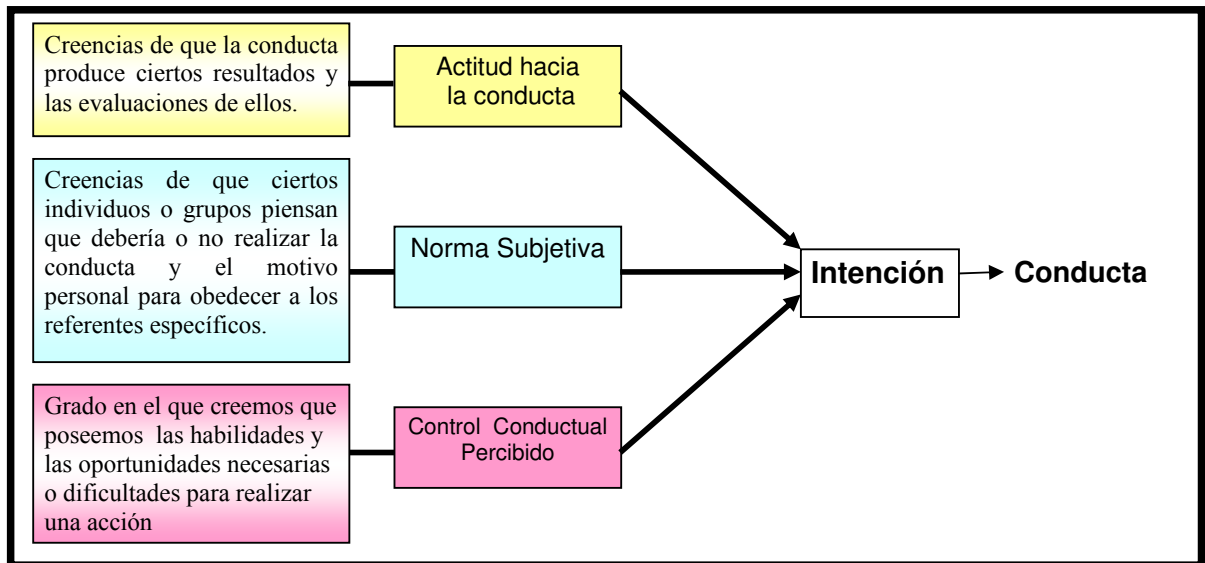
El segundo factor se refiere a las convicciones normativas que resultan de la presión social, denominada norma subjetiva que hace referencia a las presiones por parte de otros que afronta una persona a la hora de actuar de una determinada forma. La norma subjetiva surgirá a partir de las creencias del sujeto acerca de lo que el grupo piensa que debe hacer (creencias normativas) y la motivación para actuar según esas normas percibidas. Así cuanto más intensamente piense un individuo que las personas que son importantes para él, cree que debería comportarse de determinada forma más proclive será su intención de comportarse de esa forma.

Y tercero las convicciones de control dan origen a los controles del comportamiento percibido mediante la facilidad o dificultad percibida de ejecutar el

comportamiento. En este sentido el control percibido es una percepción sobre la capacidad de la persona de controlar el resultado de sus actos lo que surge de valorar la presencia factores que faciliten o impidan la realización del comportamiento. El control percibido tiene dos componentes (Ajzen, 1991), *el primero* refleja la disponibilidad de recursos necesaria para participar en la actividad o comportamiento, *el segundo* la auto-confianza que el individuo tiene en su capacidad de dirigir y realizar el comportamiento, esta visión es compatible con el concepto de autoeficacia percibida de Bandura (1994), es decir en la opinión que una persona tiene sobre su capacidad de llevar adelante situaciones específicas. Las conductas de la gente están muy influidas por su confianza en poder realizarlas con éxito.

Como norma general Ajzen señala que cuanto más favorable son la actitud y la norma subjetiva y mayor el control percibido más fuerte deberá ser la intención de la persona para realizar el comportamiento en cuestión. Ver figura N°2

**Figura N°2**  
**TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO DE AJZEN Y FISHBEIN**



**Fuente: Fishbein y Ajzen 1991.**

### 2.2.3 INTENCION CONDUCTUAL

Para Bird (1988) “La intencionalidad es un estado mental (subjetivo) que dirige la atención de una persona –y por consiguiente su experiencia y acción- hacia un objetivo específico (la meta) o un camino para lograr algo (los medios), se ve que la intención del comportamiento es el resultado de las actitudes y se vuelve un determinante inmediato del comportamiento”. (p 442).

Fishbein y Ajzen (1989), contribuyeron con sus estudios para predecir la conducta a través de las intenciones; ellos definen “la Intención conductual como la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción”. Estos autores incorporan la intención conductual como el antecedente inmediato de la conducta, diferenciándolo de la variable “actitud”, como diferencian también el componente cognitivo. Asimismo ellos, consideran que la actitud no predice directamente la conducta, sino que incide sobre la conducta a través de sus efectos sobre las intenciones; es decir la intención influye directamente a la conducta como indicar de con que intensidad se esta dispuesto a intentar o cuanto esfuerzo se pretende dedicar para ejecutar el comportamiento en cuestión. Es decir representa la estimación de un sujeto de la probabilidad de realizar un determinado comportamiento También Welsh (1991) señala que las intenciones conductuales se convierten en el predictor inmediato de la conducta.

Fishbein y Ajzen (1967), señalan que “el determinante y responsable último de la realización de un comportamiento es la intención”. Estos autores que han

estudiado más sobre la intención dentro de lo que denomina la teoría del comportamiento planificado; y plantean que el determinante inmediato de toda conducta motivada es la intención de ejecutar o de no ejecutar tal conducta, esta teoría tuvo éxito en predecir la relación entre la intención y la acción real bajo un amplio abanico de condiciones. “La gente considera las implicaciones de sus actos antes de decidir su implicación o no en un comportamiento dado (Ajzen y Fishbein, 1980, p. 5).

#### **2.2.4 INTENCION EMPRENDEDORA**

Ajzen y Fishbein (1991, mencionado en Kolvereid, 1971) señalan que “la intención de una persona es el antecedente inmediato de su comportamiento”; de esta manera se puede usar el marco teórico expuesto por Ajzen como una herramienta sólida para explicar o predecir la conducta emprendedora mediante la intención emprendedora (Kolvereid, y Moen 1997). Desarrollándose a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta investigaciones en relación a las intenciones emprendedoras, principalmente destacan los modelos propuestos por Bird (1988), Krueger (1993); Boyd y Vozikis (1994); David son (1995); y Autio et al (1997). De manera general estos modelos son homólogos ya que se refieren a las intenciones emprendedoras; adicionalmente señalan factores exógenos, ambientales, y sociales sugiriendo que estos factores contribuyen para fundamentar actitudes e intenciones emprendedoras; además están sustentados en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1985).

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975) han ilustrado la relación entre las creencias, actitudes, intención y comportamiento, y describen que “las intenciones emprendedoras corresponden a cualquiera que crea un nuevo emprendimiento o crea su propia empresa”. Para Kolvereid (1997) “la intención emprendedora es un predictor del comportamiento que incluye la idea que el individuo posee para la gestación de un nuevo negocio, sin haber llegado a crear la nueva empresa”.

Según Ajzen (1974), la intención de ejecutar un comportamiento es una función de tres variables; 1) *la actitud hacia el comportamiento* que se refiere al grado en que los individuos perciben lo atractivo del comportamiento en cuestión; 2) *las normas subjetivas* que se refiere a la presión social percibida para desarrollar el comportamiento en cuestión; y 3) *el control conductual percibido* que señala el grado de oportunidades o dificultades para desarrollar la conducta; este constructo es similar a la autoeficacia descrito por Bandura A. (1986 citado en Boyd, Wozkis, 1994)

Así según Ajzen las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido influyen de forma conjunta sobre las intenciones, los cuales a la vez constituyen los mejores predictores del comportamiento individual.



## **2.3 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

La intención emprendedora de acuerdo con la teoría del comportamiento planificado de Ajzen y Fishbein, esta fuertemente influida por tres factores clave: *primero* por la actitud hacia el comportamiento, *segundo* por las normas subjetivas y *tercero* por el control conductual percibido. En combinación de la actitud para el comportamiento, la norma subjetiva y la percepción del control del comportamiento conducen a una intención de comportamiento. Asumiéndose así que la intención es el antecedente inmediato del comportamiento.

### **2.3.1 ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO**

El primer factor que influye en las intenciones emprendedoras es la actitud hacia el comportamiento, que se refiere al grado en que los individuos perciben lo atractivo del comportamiento en cuestión; en el contexto de los emprendedores este factor hace referencia a la actitud emprendedora.

#### **2.3.1.1 ACTITUD EMPRENDEDORA**

Fishbein y Ajzen en la teoría del comportamiento planificado señalan que la actitud hacia una determinada acción es el grado en que una persona evalúa de una manera favorable o desfavorable el comportamiento en cuestión; además señalan que para que seamos capaces de prever la intención de una persona en practicar determinada conducta es necesario determinar empíricamente cuales son sus

actitudes en relación con la conducta. Ajzen y Fishbein en su teoría sólo hacen referencia sólo al componente afectivo; sustentando que las actitudes son importantes por que son relativamente permanentes, son aprendidas, y principalmente por que influyen en la conducta; es decir las acciones de la gente son creencias que reflejan sus sentimientos hacia objetos y problemas relevantes. Fishbein y Raven (1962); Fishbein (1965, 1966) señalan que es el sentimiento a favor o en contra de un determinado objeto social, es lo único realmente característico de las actitudes sociales.

Fishbein y Ajzen entienden por actitudes generales las actitudes hacia los objetos, personas o temas; y por conductas generales, las medidas de toda clase de acciones hacia el objeto. Argumentaron que una actitud individual hacia un tema auguraría el carácter favorable de toda serie de conductas relevantes para el tema, pero no pronostica conductas específicas; en cambio si la meta es predecir una conducta específica, entonces la medidas de las actitudes deberá ser compatible, es decir ser congruente con las actitudes de los participantes hacia la realización de la conducta emprendedora.

De acuerdo a la teoría del comportamiento planificado de Ajzen que sustenta el presente estudio las actitudes emprendedoras o actitudes hacia la creación de empresa esta orientada hacia la conducta emprendedora.

Por su parte Robinson et al. (1991), proponen un cambio en la aproximación al estudio de la conducta emprendedora centrándose en el estudio de actitudes, ya que, las actitudes son menos estables que los rasgos de personalidad, cambiando a

través del tiempo y las situaciones según procesos interactivos con el entorno. Por lo tanto, se adapta mejor al estudio de un fenómeno dinámicamente interactivo como es la creación de una nueva empresa; el estudio de las actitudes presenta la ventaja metodológica sobre el modelo de personalidad por ser más específico y de dominio, por esta razón reduce la varianza no explicada e incrementa la correlación con la conducta.

Moriano (2001), por su parte establece que el estudio de los rasgos de personalidad y las actitudes no son aproximaciones contrapuestas en la exploración de la conducta emprendedora, sino que son complementarias. Mientras el estudio de los rasgos de personalidad del emprendedor representa un acercamiento más general, que nos permite predecir la conducta normal del sujeto ante un amplio abanico de situaciones y de forma estable en el tiempo, el análisis de las actitudes emprendedoras va a matizar la conducta específica hacia un determinado objeto en un determinado momento y situación.

### **2.3.2 NORMA SUBJETIVA**

El segundo factor que influye en la intención emprendedora es la norma subjetiva que se refiere a las creencias de que ciertos individuos o grupos piensan que debería o normalizar la conducta y el motivo personal para obedecer a los referentes específicos; respaldados en este planteamiento hecho por Ajzen en el contexto de los emprendedores consideramos las motivaciones para crear empresa.

### 2.3.2.1 MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA

La teoría del comportamiento planificado de Ajzen considera como uno de los factores ambientales que más influencia puede tener sobre la conducta manifiesta es la norma subjetiva, es decir lo que los otros relevantes esperan que haga una persona. Fishbein y Ajzen (1975) incorporan junto a la actitud hacia la conducta, la norma social a la hora de predecir la conducta de un sujeto.

La *norma subjetiva* se refiere al juicio probabilística acerca de lo que la mayoría de las personas importantes para el sujeto, es decir sus otros significativos piensan de la realización de una conducta determinada. La norma subjetiva esta compuesto por dos aspectos *primero* por las creencias normativas que se refiere sobre lo que piensan otros respecto a si se debe o no realizar la conducta, y *segundo* a las motivaciones por satisfacer las expectativas que los otros significativos tienen sobre él, es decir hasta que punto un individuo quiere hacer lo que los pensamientos de referencia pretenden que haga.

Así la norma subjetiva, surgirá a partir de las creencias del sujeto acerca de lo que el grupo piensa que se debe hacer (creencias normativas) y la motivación para acomodarse a las exigencias del grupo. En el ámbito de los emprendedores, las creencias sobre lo que piensan los otros de los estudiantes del área de ciencias empresariales es que se orienten hacia la creación de su propia empresa si en primer lugar piensa que dicha acciones tendrá consecuencias positivas como la disminución del desempleo y en segundo lugar si su grupo de referencia espera que el sujeto se comprometa y este motivado para acomodarse a esta expectativa. Así la variable

motivaciones para crear empresa responde a los referentes sociales en relación del sujeto emprendedor.

### **2.3.3 CONTROL CONDUCTAL PERCIBIDO**

El tercer factor que influye sobre las intenciones emprendedora es el control conductual percibido, que se refiere al grado en el que creemos que poseemos las habilidades y oportunidades necesarias o dificultades para realizar una acción, en este sentido en el contexto de los emprendedores hacemos referencia a los conocimientos empresariales, el nivel de preparación empresarial, y además consideramos los obstáculos para crear una empresa.

#### **2.3.3.1 CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES Y PREPARACION EMPRESARIAL**

Ajzen y Madden (1986) han propuesto una extensión del modelo la acción razonada, incorporando el control conductual percibido sobre el rendimiento conductual como un posterior determinante de la intención conductual; así el control conductual percibido influye en las intenciones conductuales independientemente de las actitudes y las normas subjetivas; además afirman que si consideramos si somos capaces de realizar una conducta cuando formulamos nuestra intención; si nos parece que una conducta no esta al alcance de nuestro control no tratamos de realizarla.

Este concepto de control conductual percibido es muy similar a la noción de autoeficacia (Bandura 1977), que se refiere al grado en el que creemos que poseemos las habilidades y las oportunidades necesarias para realizar una acción. Ajzen, (1987) señala que consiste en la habilidad percibida para realizar determinados comportamientos de manera exitosa Dutton (1993) y Krueger y Dickson (1994), argumentan que el reconocimiento de oportunidades está condicionado por la percepción de controlabilidad y autoeficacia. Como la autoeficacia condiciona el reconocimiento de oportunidades, las percepciones de autoeficacia, también condicionarán las intenciones de emprender (Scherer et. All, 1989). De este modo la intención de emprender o crear una empresa propia estará influida por los conocimientos empresariales y el nivel preparación empresarial.

### **2.3.3.2 OBSTACULOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA**

Partiendo de que aunque se posea una actitud favorable hacia una conducta, la probabilidad de llevarla a cabo va a depender, entre otros factores, de la percepción de control por parte del individuo sobre su conducta. Así, la percepción de que puede llevar con éxito la conducta se basa en la creencia de control, sin la cual difícilmente se manifestará la conducta aunque poseamos una actitud muy favorable hacia ella. Así, una persona puede tener una actitud muy favorable hacia la creación de empresa, pero si la persona percibe que tiene poca capacidad de control para crear su propia empresa, ya sea por que considere que no tiene la suficiente habilidad en relación a las tareas específicas, impedirá el desarrollo de la conducta emprendedora.

Por tanto, la percepción de control, está conformado, tanto por variables internas (percepción de capacidad, habilidad de acción), como por variables externas (oportunidad de acción, obstáculos, tiempo, cooperación, etc.). La inclusión de este tercer determinante ayuda a mejorar el pronóstico de la conducta. El efecto de la percepción de control sobre la conducta puede ser directo o indirecto. Así, en primer lugar, ésta puede incidir en la intención de conducta modulando el efecto que los antecedentes comentados (actitud y norma subjetiva) tienen sobre la intención o puede incidir directamente en la intención de llevar a cabo una conducta sin considerar los antecedentes de dicha intención.

En segundo lugar, la percepción de control es un factor independiente de predicción de la conducta. Así, pueden existir distintas situaciones en las que a pesar de que exista intención de realizar determinada conducta, ésta no sea llevada a cabo porque algún tipo de obstáculo interfiere en la consecución de tal deseo; de este modo la decisión de emprender o crear una empresa propia puede entrar en conflicto con los obstáculos para la creación de la empresa variable que se circunscribe dentro del ámbito emprendedor.

Asimismo investigadores como McClelland, 1963, Miner 1980; Collins, Moore y unwalla, 1964; Julian, Lichtman y Ryckman, 1968; Brockhaus, 1980; Rotter, 1987; Jonson, 1990, Camisón, 1990, se han centrado en el estudio de variables psicológicas que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora. Una de las primeras investigaciones sobre la conducta emprendedora se centró en el estudio del factor motivacional, considerando la necesidad de logro como una de las características o fuerzas motivadoras para la creación de empresa; McClelland

(1976), señala que “el emprendimiento de una acción está originado en la motivación al logro esto constituye un proceso mental enfocado al planteamiento, búsqueda del progreso, excelencia, innovación y esfuerzo” (p 34).

Para, McClelland, el deseo de emprender o crear una empresa, hace que el sujeto emprendedor busque situaciones donde asuma responsabilidades en situaciones difíciles y que pueda hacer control y seguimiento a los objetivos. En las investigaciones realizadas por McClelland en 1961 y 1965, las conclusiones señalan que una elevada motivación de logro influye en la decisión de convertirse en empresario por lo tanto es una característica importante de la conducta emprendedora; estos resultados fueron corroborados por investigaciones posteriores realizadas por Smith y Miner (1984); Szipersky y Kland (1968) Entrialgo, M. Fernández, E. y Vásquez, C. (1999). Respaldados en estos planteamientos consideramos el estado de la motivación de logro en el ámbito de los emprendedores.

## **2.4 TEORÍA DE LA MOTIVACIÓN DE LOGRO DE McCLELLAND (1961)**

La teoría de David McClellan fue planteada en 1961, y desarrollo una investigación sobre la relación entre la necesidad de logro y el desarrollo económico de un grupo o sociedad, fundamentalmente en su obra *The Achieving Society* (1961). Sostiene que los factores motivacionales son grupales y culturales, y después de muchos estudios llego a la conclusión de que existen tres necesidades o motivos (poder, afiliación y logro), que influyen en la motivación de la persona. Su



teoría afirma que las personas están motivadas de acuerdo a la intensidad de su deseo de desempeñarse en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas. (Hellriegel, Slocum, Woodman, 1999).

McClellan señala que la necesidad de logro, es el impulso de sobresalir, de tener éxito y que lleva a los individuos a imponerse a ellos mismos metas elevadas que alcanzar; estas personas tienen una gran necesidad de desarrollar actividades, pero muy poca de afiliarse con otras personas. Las personas movidas por este motivo tienen deseo de la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado, aceptan responsabilidades y necesitan feedback constante sobre su actuación. “Estas personas compiten contra alguna norma de excelencia o contribución única frente a la cual es posible juzgar sus conductas y logros. (Hellriegel, Slocum, Woodman, 1999).

#### **2.4.1 DEFINICION DE MOTIVACION**

La palabra motivación se deriva del latín *motivus* que significa “causa del movimiento”, lo cual sugiere propiedades de activación motora para generar la conducta. Actualmente se entiende que motivación implica a los estados internos que dirigen al organismo hacia metas o fines determinados y le confieren intensidad a la conducta. La motivación implica los estados internos que dirigen al organismo hacia metas o fines determinados y le confieren intensidad a la conducta Escobar, C. y Aguilar R. (2002).

Palmero, F., Fernández, E. Martínez, F., Chóliz M. (2002) señalan “La motivación es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona, es un proceso que ocasiona activa orienta dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la organización de objetivos esperados” (p. 11).

Y Fernández-Abascal E., Martín, M., y Domínguez J. (2001) señalan “la motivación es lo que causa el comportamiento, lo que le da energía y dirección a la conducta. También es una experiencia subjetiva con manifestaciones conductuales, fisiológicas y cognitivas (p. 258).

La literatura especializada presenta muchas definiciones sobre motivación a manera de síntesis señalamos algunas:

“Proceso a través por la cual las personas al realizar una determinada actividad, deciden dirigir sus esfuerzos a la concepción de ciertas metas u objetivos para satisfacer algún tipo de necesidad y/o expectativa y de cuya mayor o menor satisfacción va a depender el esfuerzo que decidan aplicar en acciones futuras” Rodríguez (1999 citado en Escobar, C. y Aguilar R 2002)

“La motivación se define como aquello que energiza dirige la conducta Woolfolk (1996 citado en Escobar, C. y Aguilar R 2002)

“....el proceso para despertar, la acción, sostener la actividad en progreso y regular el patrón de actividad” Young, (1961 citado en Escobar, C. y Aguilar R 2002)

“caracterizar el proceso que determina la expresión de la conducta e influye en su futura expresión por medio de consecuencias que la propia conducta ocasionada” (Maier, 1949, citado en Escobar, C. y Aguilar R 2002).

“nombre general que se da a los actos de un organismo que estén, en parte determinados por su propia naturaleza o por su estructura interna” Murphy, G. (1947 citado en Escobar, C. y Aguilar R 2002).

## **2.4.2 MOTIVACION DE LOGRO**

El estudio de la motivación de logro se puede dividir en tres grandes etapas: *primero* los estudios de McClelland, Clark y Roby (1969) que se dedicaron a la medición de la motivación sin un marco teórico conceptual explícito; *segundo* los estudios de McClelland y colaboradores (1953) para organizar los diferentes estudios según una construcción conceptual y; *tercero* las diferentes investigaciones específicas sobre el tema

La necesidad de logro activa el deseo personal de realizar algo difícil, dominar, manipular, u organizar objetos físicos, seres humanos o ideas, superar obstáculos, alcanzar un nivel alto en las actividades en que se involucra, superarse a si mismo, rivalizar con los demás y sobrepasarles e incrementar la

autoconsideración; estas necesidades según Murray van acompañadas de acciones tales como hacer esfuerzos intensos, prolongados y repetidos, trabajar con propósito firme por una meta elevada y distante, tener la determinación de ganar, tratar de hacerlo todo bien, estar estimulado a superarse por la presencia de otros, disfrutar de la competencia, ejercer el poder de la voluntad y superar el aburrimiento y la fatiga. McClelland y Colaboradores, siguiendo a Murray definió el motivo de logro como la tendencia a buscar el éxito en tareas que implican la evaluación del desempeño, o en palabras de McClelland “el interés por conseguir un estándar de excelencia”. Para este autor, se trata de una disposición estable de la personalidad adquirida durante la infancia; si bien se puede evidenciar que no se trata de un motivo inamovible y determinado desde la infancia, sino que más bien al contrario, éste puede modificarse en función de numerosas variables, tanto externas como propias del individuo. (McClelland, Atkinson, Clark y Lowell, 1953).

De acuerdo a la información previa el patrón conductual característico de las personas con motivo de logro elevado se puede resumir: buscan activamente el éxito en el rendimiento profesional, asumiendo ciertos riesgos, pero sin exceder sus capacidades reales; evitan riesgos extremos, pero asumen mayor cantidad de riesgos calculados; asumen la responsabilidad de las consecuencias de su conducta; se interesan por el feedback de su ejecución, con la pretensión de conocer el grado en el que su comportamiento ha sido más o menos eficaz y cuales han sido las claves de su éxito; ejecutan con alto nivel de eficacia las tareas desafiantes. Además son emprendedores y se interesan en los negocios y actividades empresariales

En el ámbito de los emprendedores la necesidad se centra en la motivación de logro, así el sujeto se halla motivado para el logro cuando ejecuta actividades que le proporciona éxito. McClelland (1985) ha contribuido en el estudio del emprendedor buscando la explicación de la fuerza que tienen algunas personas por destacar, y señala que el emprendimiento de una acción está originado en la motivación al logro. Esto constituye un proceso mental enfocado al planteamiento, búsqueda del progreso, excelencia, innovación y esfuerzo. El deseo de emprender o crear una empresa, para este autor, hace que el emprendedor busque situaciones donde asuma responsabilidades en situaciones difíciles y que pueda hacer control y seguimiento a los objetivos. Además considera que los individuos fuertemente motivados por el deseo de triunfo muestran mayor desenvolvimiento e iniciativa que los otros. De esta manera McClelland concluye que los emprendedores tienen una gran necesidad de realización, prefieren situaciones de trabajo con gran responsabilidad, retroalimentación y un grado intermedio de riesgo.

### **2.4.3 CONDICIONES QUE INVOLUCRAN Y SATISFACEN LA NECESIDAD DE LOGRO**

McClelland (1985) señala tres situaciones que resultan muy notables debido a su habilidad para involucrar y satisfacer la necesidad de logro:

**1.- Las tareas relativamente difíciles:** El rendimiento en una tarea relativamente difícil, activa en quien tiene gran necesidad de logro, un conjunto de incentivos emocionales y cognitivos positivos no socializados en aquellos de baja necesidad. Desde el punto de vista emocional, las tareas relativamente difíciles proporcionan

mejores habilidades en las pruebas y por tanto cultivan de manera óptima emociones como el orgullo y satisfacción. Cognitivamente las tareas relativamente difíciles proporcionan un campo para un mejor diagnóstico de nivel de habilidad personal. Mientras más sea la necesidad de logro de una persona, mayor será la tendencia de buscar información respecto a sus habilidades (Trope, 1975,1983).

**2.- Competencia:** La competencia interpersonal manifiesta en gran medida el dilema de la toma de riesgo incluido en los escenarios de logro. Quienes tienen gran necesidad de logro buscan en general información diagnóstica acerca de sus habilidades (Trope, 1975), buscan oportunidades para probar sus destrezas (Epstein y Harackiewicz, 1992; Harackiewicz, Sansone y Manderlink, 1985), valoran la competencia por sí mismas (Harackiewicz y Manderlink, 1984), les atraen actividades que les permiten la autoevaluación (Kuhl, 1978) y disfrutan las oportunidades que pongan a prueba su habilidad (Harackiewicz y Elliot, 1993). La competencia ofrece con frecuencia todos estos atributos, y es por lo tanto atractiva para quienes tienen gran necesidad de logro (Harackiewicz y Elliot, 1993).

**3.- Habilidades empresariales:** McClelland (1965,1987) señala que quienes tienen gran necesidad de logro suelen mostrar el patrón conductual de los empresarios. En el estudio que realizó valoró la necesidad de logro en un grupo de estudiantes y esperó catorce años para considerar sus elecciones ocupacionales; cada ocupación se clasificó en empresarial no empresarial, los resultados confirmaron que la mayoría de los empresarios tuvieron gran necesidad de logro, mientras que la mayoría que tuvieron baja necesidad de logro no fueron empresarios. Las habilidades empresariales apelan a la gran necesidad de logro por que requieren

tomar riesgos relativos y asumir responsabilidad por el éxito y los fracasos personales. Más que la habilidad empresarial los que tienen gran necesidad de logro prefieren casi cualquier ocupación que les ofrezca desafío, responsabilidad personal, y rápida retroalimentación del rendimiento (Jenkins, 1987). Quienes tienen gran necesidad de logro consideran que dichos aspectos de trabajo combinado definen un estándar de excelencia explícito para el trabajador, mediante el que se diagnostican mejor las destrezas, habilidades y tasas de mejoría, que son las condiciones conocidas para involucrar y satisfacer la necesidad de logro (Atkinson, 1981; Jenkins, 1987; McClelland, 1961; Trope y Brickman, 1975).

Otro factor importante estudiado en relación a la conducta emprendedora es la Autoeficacia, que desde el pensamiento de Bandura A., los individuos pueden desempeñar mejores roles emprendedores cuando creen que poseen habilidades necesarias para funcionar como tales. Cabe mencionar que la autoeficacia percibida hace referencia a las creencias de las personas acerca de sus propias capacidades para el logro de determinados resultados. Bandura A. (1997) define la autoeficacia como “los juicios que cada individuo tiene sobre sus capacidades, en base a los cuales organizará y ejecutará sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado”.

Sabemos que las personas difieren en las áreas de la vida en las cuales desarrollan su sentido de eficacia; las creencias de eficacia personal para afrontar y manejar las demandas de la vida social, familiar, ocupacional, etc., varían ampliamente según estos diferentes dominios de funcionamiento. De esta manera el sistema de creencias de eficacia no es un rasgo global, sino un grupo de creencias

personales de capacidad ligadas a ámbitos de funcionamiento diferenciado (Bandura, 1986 citado en Garrido, 2000). La conducta emprendedora responde a las creencias que tiene el individuo sobre sus propias habilidades y capacidades para alcanzar metas en corto, mediano y largo plazo, y que son un mejor predictor de la conducta posterior que su nivel de habilidad real. (Valiante, 2000).

## **2.5 TEORIA DE LA AUTOEFICACIA DE ALBERT BANDURA (1977)**

Albert Bandura (1977) desarrollo la teoría de la autoeficacia, donde explica que el comportamiento se adquiere de un entorno social a través del aprendizaje, es decir, que nuestro comportamiento viene determinado por nuestras respuestas por lo que aprendemos ante determinados estímulos que provienen de nuestro entorno social. Esta teoría considera la autoeficacia como un mecanismo que media entre el conocimiento y la acción.

La teoría explica desde el principio de *determinismo reciproco*: que la conducta, los factores ambientales y personales actúan entre si como determinantes interactivos, es decir que no son factores determinantes en si, si no que unos determinan a otros aunque de manera diferente según la persona, pero todos tienen su importancia de determinación, y todos ellos se ven afectados entre si unos por otros, formando así el comportamiento de la persona. La influencia de cada uno de estos tres factores es relativa y variara en función de los individuos y de las circunstancias. Es lo que se llama modelo de reciprocidad triádica:



La teoría señala que el pensamiento autoreferente sobre el funcionamiento psicosocial que actúa como mediador de la conducta y la motivación de las personas, es decir, que según el juicio de valor o valores de la persona, sobre las posibles formas de obrar ante determinadas situaciones, influirá en su conducta, en su forma de pensar y en sus reacciones emocionales.

También la teoría hace una distinción conceptual entre *expectativas de eficacia que son* las creencias de que uno es capaz de ejecutar con éxito un determinado comportamiento, obteniendo con él unos determinados resultados. Estas creencias se suelen formar a través de experiencias anteriores, y pueden cambiar en el futuro; y de *expectativas de resultados que* son las creencias de que un determinado comportamiento ira seguido de unas determinadas consecuencias. Ambas expectativas son antecedentes de la acción, y actúan como motivadores y guías cognitivas de la acción, como determinantes de la elección de actividades, del esfuerzo y persistencia, de los patrones de pensamiento y de las determinadas respuestas emocionales.

La elevada autoeficacia es una condición necesaria para una buena ejecución, pero no suficiente, ya que para ello también es necesario que el individuo posea una buena motivación y las habilidades necesarias para la creación de empresa.

### **2.5.1 AUTOEFICACIA**

El concepto de autoeficacia constituye el componente principal de la teoría cognitiva social de Bandura (1977). Dentro del aspecto cognitivo social la

autoeficacia es colocada como un mecanismo cognitivo que mide la motivación de las personas en los patrones de pensamiento y la conducta.

La autoeficacia es un estado psicológico en el que el sujeto se juzga capaz de ejecutar una conducta en unas determinadas circunstancias y a un determinado nivel de dificultad. La percepción de las personas acerca de su propia eficacia se alza como un requisito fundamental para desarrollar con éxito las acciones conducentes al logro de los objetivos personales. Dicha autopercepción, denominada *autoeficacia*, ejerce una profunda influencia en la elección de tareas y actividades, en el esfuerzo y perseverancia de las personas cuando se enfrentan a determinados retos e incluso en las reacciones emocionales que experimentan ante situaciones difíciles.

Las creencias de autoeficacia representan un mecanismo cognitivo que media entre el conocimiento y la acción es que determina, junto con otras variables, el éxito de las propias acciones. Para Bandura (1997) estas creencias de autoeficacia son mejores predictores de la conducta futura que las habilidades, los logros anteriores, o el conocimiento que el sujeto posea de la actividad a realizar, ya que la autoeficacia va a determinar que hace el sujeto con el conocimiento o las habilidades que posee. Sin embargo, un funcionamiento competente requiere tanto precisión en las autopercepciones de eficacia como la posesión de habilidades reales y el conocimiento de la actividad a realizar, así como de los juicios del sujeto acerca de los resultados más probables que una conducta determinada producirá (expectativas de resultados). Todos estos componentes mantienen entre sí relaciones complejas

que deben ser consideradas toda vez que se pretenda estudiar la utilidad predictiva de las creencias de autoeficacia.

La autoeficacia percibida es definida por Bandura A. (1997) como “los juicios que cada individuo tiene sobre sus capacidades, en base a los cuales organizará y ejecutará sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado”. Por tanto, el concepto no hace referencia a los recursos de que se disponga sino a la opinión que uno tenga sobre lo que se puede hacer con ellos.

### **2.5.2 AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA**

Bandura A. sostiene que los resultados que las personas esperan son principalmente dependientes de sus propios juicios acerca de lo que ellos pueden lograr. La teoría de la autoeficacia plantea que las personas son más persistentes y trabajan más efectivamente, logrando grados de éxito autosatisfactorios, en aquellas tareas en las que obtienen resultados valorados positivamente y cuando tienen la certeza de poseer la capacidad necesaria para alcanzar dichos logros.

Las recomendaciones de Bandura A. es necesario utilizar medidas de autoeficacia personal dirigidas a dominios específicos, por que el sistema de creencias de autoeficacia no es un rasgo global, sino un grupo de auto creencias ligadas a los dominios o ámbitos de funcionamiento diferenciados. Por tanto la misma medida para todo tiene escaso valor predictivo y explicativo. Además una medida de autoeficacia contextualizada y multifacética aplicada a un determinado

dominio, en nuestro caso el estudio de los emprendedores, resulta mas efectiva para el cambio personal que las medidas de rasgo global (Bandura, 1999).

De Noble, et al. (1999) señalan que la autoeficacia emprendedora es “la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de nueva empresa”. Los estudios de (Chen, y otros., 1998; Golden y Cooke, 1998, Boyd y Vozikis, 1994; Krueger y Brazeal, 1994) afirman que los individuos pueden ser emprendedores si creen que poseen las habilidades necesarias para funcionar en tal ambiente.

El estudio de la autoeficacia, en el ámbito emprendedor, existen dos aproximaciones diferentes, el primer grupo de investigadores como Boyd y Vozikis (1994); Markman, Balkin y Baron, (2002) entienden la autoeficacia en un sentido amplio y general, es decir, la creencia general en la propia habilidad para rendir exitosamente. Mientras que (Chen, C. C., Green, P. G. y Crick, A. (1998); De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. (1999), se centran en el desarrollo de escalas de autoeficacia específicas al dominio de los emprendedores. Para este grupo de investigadores, los individuos podrían estar más inclinados a trabajar por su cuenta si creen que poseen las habilidades necesarias para conseguir liderar con éxito su propio negocio.

## **2.6 HIPÓTESIS**

### **2.6.1 HIPÓTESIS GENERAL:**

**H<sub>i</sub>:** Existe influencia de la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales, de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>o</sub>:** No existe influencia de la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales, de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

### **2.6.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:**

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>2</sub>:** Existe relación significativa entre las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No Existe relación significativa entre las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>3</sub>:** Existe relación significativa entre los conocimientos empresariales y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No Existe relación significativa entre los conocimientos empresariales y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>4</sub>:** Existe relación significativa entre la preparación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la preparación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>5</sub>:** Existe relación significativa entre los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>6</sub>:** Existe relación significativa entre la motivación de logro y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la motivación de logro y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>7</sub>:** Existe relación significativa entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>6</sub>:** No existe relación significativa entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>8</sub>:** Existe relación significativa entre la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>9</sub>:** No existe relación significativa entre la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>9</sub>:** Existe relación significativa entre las motivaciones para crear empresa y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>9</sub>:** No existe relación significativa entre las motivaciones para crear empresa y la autoeficacia emprendedora; en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

**H<sub>10</sub>:** Existe relación significativa entre la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.



**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>11</sub>:** Existe relación significativa entre los conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre los conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>12</sub>:** Existe diferencias significativas en la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora según el sexo en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco..

**H<sub>0</sub>:** No existe diferencias significativas en la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora según el sexo en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>13</sub>:** Existe diferencias significativas en la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora según la carrera de procedencia en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**H<sub>0</sub>:** No existen diferencias significativas en la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora, según la carrera de procedencia en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.1 METODO DE INVESTIGACION**

El método de investigación que utilizaremos es el método descriptivo; ya que éste describe las situaciones y eventos, además mide diversos aspectos del fenómeno a investigar (Sánchez y Reyes 2003). El estudio descriptivo se desarrolla describiendo las situaciones y eventos, es decir cómo se manifiesta el fenómeno a investigar, ya que éste busca especificar las propiedades importantes del problema en cuestión. El método descriptivo mide independientemente los conceptos y también pueden ofrecer la posibilidad de predicciones aunque sean muy rudimentarias.

Dentro de este tipo de investigación se incluyen los estudios de desarrollo de casos, correlacionales, etc. Por otra parte, según la temporalización pueden ser longitudinales o transversales o de acuerdo a las características de la investigación pueden ser, entre otros, Ex post Facto (Sánchez y Reyes 2003).

La investigación Ex post facto, es un tipo de investigación que se aplica cuando no se puede producir el fenómeno o no conviene hacerlo. Por ejemplo en fracaso escolar, delincuencia, abandonos escolares, drogadicción, deficientes, minusválidos, relación entre el fumar y el cáncer, accidentes de tráfico, enfermedades, etc. Se produce el hecho y posteriormente, se analizan las posibles causas.

No existe acuerdo respecto a la delimitación de los estudios *ex post facto*. Por nuestra parte vamos a considerar a los estudios *ex post facto* como aquellos que se realizan cuando el fenómeno ya ha sucedido, en sentido amplio. Según esta concepción, los estudios *ex post facto* engloban la mayoría de los métodos sobre investigación descriptiva. Por tanto, incluyen los estudios de casos, correlacionales, de desarrollo, método clínico, encuestas, investigación evaluativa, investigación histórica, etc. Es decir, prácticamente todos aquellos estudios que no son experimentales

Una característica esencial de la investigación *ex post facto* es que no se tiene control sobre la variable independiente, puesto que sus manifestaciones ya han ocurrido. Es decir, ha ocurrido un hecho (variable independiente) y se observan posteriormente los efectos en las variables dependientes. Es apropiado cuando el método experimental no es posible. Para Kerlinger (1985) “la investigación *ex post facto* es una búsqueda sistemática empírica, en la cual el científico no tiene control directo sobre las variables independientes, porque ya acontecieron sus manifestaciones o por ser intrínsecamente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre ellas, sin intervención directa, a partir de la variación concomitante de las variables independientes y dependientes”.

Kerlinger (1985) cita un ejemplo de investigación *ex post facto* sobre la relación entre el fumar y el cáncer. Una muestra muy grande de personas se dividió entre los que sufrían cáncer pulmonar o habían muerto a causa de él y los que nunca habían padecido esta enfermedad. La variable dependiente era la presencia o ausencia de enfermedad. Los investigadores averiguaron los

antecedentes de los sujetos a fin de saber si fumaban o no, y en qué cantidad. Fumar era la variable independiente. Descubrieron que las frecuencias del cáncer aumentaban con el número de cigarrillos fumados diariamente. De esta forma se llega a la conclusión de que existe una relación significativa entre el fumar (variable independiente) y el cáncer de pulmón (variable dependiente).

En la investigación ex post facto se aplican dos metodologías fundamentales:

1) correlacional causal; 2) comparativo-causal (o grupo criterio).

### **3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

Para los efectos de la presente investigación el diseño específico que utilizaremos es el diseño transeccional correlacional causal; Hernández, Fernández y Baptista (2003) afirman que: "Estos diseños describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de variables individuales sino de sus relaciones, sean estas puramente correlacionales o *relaciones causales*. En estos diseños lo que se mide-analiza (enfoque cuantitativo) es la relación entre variables en un tiempo determinado. Por lo tanto los diseños correlacionales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de causalidad ni pueden pretender analizar relaciones de causalidad. Cuando se limitan a relaciones no causales, se fundamentan en hipótesis correlacionales y cuando buscan evaluar relaciones causales, se basan en hipótesis causales".

El análisis causal es una de las técnicas más recientes y más sofisticadas dentro de la corriente correlacional. El análisis discriminante, el análisis factorial, el

análisis de escalas multidimensionales, el modelo de ecuaciones estructurales, etc. son ejemplos de análisis multivariantes que parten de la correlación. Es por ello importante resaltar que para este tipo de estudios la estadística a utilizar resulta fundamental en tanto es la única que nos permite establecer las relaciones causales que pueden existir entre las variables. El método básico empleado fue el análisis de modelo de ecuaciones estructurales (Kerlinger F., estructuras de covarianza, 1997).

### 3.3 POBLACIÓN

La población estuvo constituida por la totalidad de estudiantes matriculados en el área de ciencias empresariales conformado por las carreras profesionales de administración, economía, contabilidad y turismo de la Universidad Nacional de San Antonio abad del Cusco matriculados durante el semestre académico 2006-I. Ver tabla N°1.

**Tabla N°1**

**DISTRIBUCION POBLACIONAL DE LOS ESTUDIANTES DEL AREA DE CIENCIAS EMPRESARIALES SEGUN CARRERA PROFESIONAL**

<b>Carrera Profesional</b>	<b>Estudiantes matriculados</b>
<b>Administración de Empresas</b>	662
<b>Contabilidad</b>	717
<b>Economía</b>	540
<b>Turismo</b>	698
<b>Total matriculados</b>	<b>2618</b>

Fuente: Oficina de Centro de Computo

### 3.4 MUESTRA

Para la presente investigación se aplicó el diseño muestral probabilístico y muestral estratificado para proporciones con afijación proporcional, fijando variabilidad, considerando una población total de 2618, para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sum_{h=1}^L W_h P_h (1 - P_h)}{V_o + \frac{1}{N} \sum_{h=1}^L W_h P_h (1 - P_h)}$$

Donde:

N: Población muestreada del estudio (N=2618)

Ph: Probabilidad de éxito en el estrato h  $\forall h=1, 2, 3, 4$ .

$$P_1 = 0.47 \quad P_2 = 0.53 \quad P_3 = 0.42 \quad P_4 = 0.67$$

Qh: 1- Ph complemento de Ph.  $\forall h=1, 2, 3, 4$ .

Vo: Variabilidad Máxima (2.5%)

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{0.25 \times 0.47(1-0.47) + 0.27 \times 0.53(1-0.53) + 0.21 \times 0.42(1-0.42) + 0.27 \times 0.67(1-0.67)}{0.025^2 + \frac{1}{2618}(0.25 \times 0.47(1-0.47) + 0.27 \times 0.53(1-0.53) + 0.21 \times 0.42(1-0.42) + 0.27 \times 0.67(1-0.67))}$$

$$n=339.35$$

La tabla N°2, permite apreciar la distribución muestral según carrera profesional, quedando conformada la muestra por 83 alumnos de la carrera profesional de Administración de empresas; 87 alumnos de la carrera profesional de Contabilidad, 83 alumnos de la carrera de Economía y 86 alumnos de la carrera profesional de Turismo, alumnos del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**Tabla N°2**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN CARRERA PROFESIONAL**

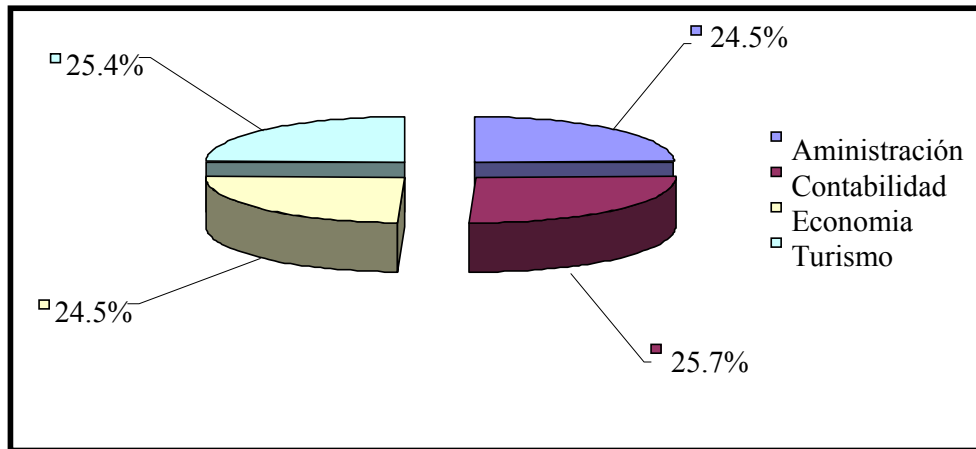
<b>CARRERA PROFESIONAL</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Administración de Empresas	83	24.5
Contabilidad	87	25.7
Economía	83	24.5
Turismo	86	25.4
<b>Total</b>	339	100.0

La gráfica N°1, representa la distribución porcentual de la muestra según la carrera profesional; el 24.5% son de la carrera profesional de Administración de empresas; el 25.7% de Contabilidad; el 24.5% de Economía; y el 25.4% de Turismo.



**Gráfica N°1**

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA MUESTRA  
SEGÚN CARRERA PROFESIONAL**



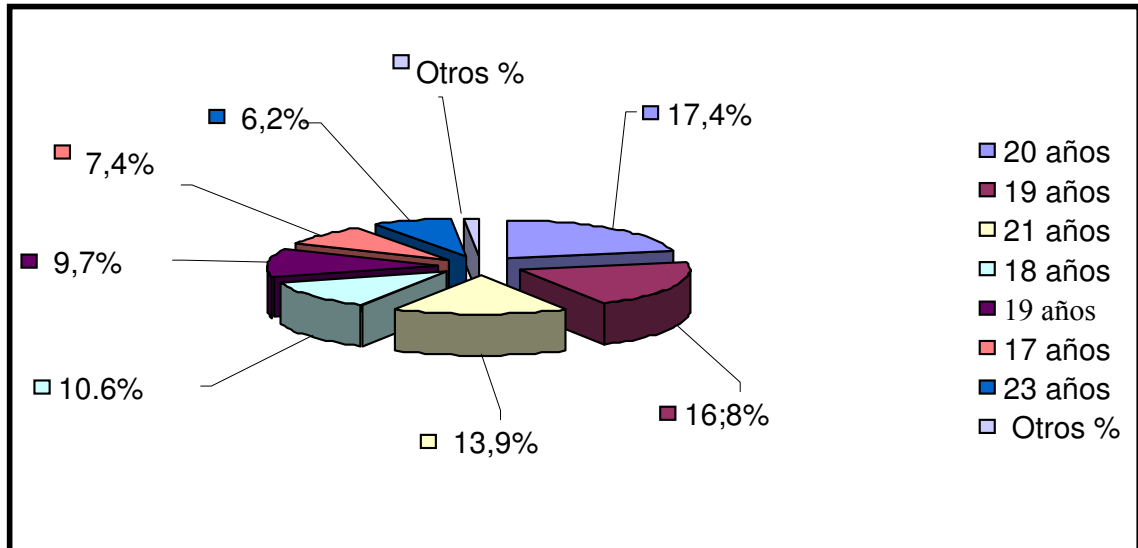
Los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde: el 17.4 % son estudiantes de veinte años; el 16.8% son estudiantes de 19 años; el 13.9% son estudiantes de veintiún años; el 10.6% son estudiantes de dieciocho; el 9.7% son estudiantes de diecinueve años; el 7.4% son de diecisiete años; el 6.2% son estudiantes de 23 años; seguido de otros porcentajes menores

**Tabla N°3**  
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN EDAD**

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
16	2	.6
17	25	7.4
18	36	10.6
19	57	16.8
20	59	17.4
21	47	13.9
22	33	9.7
23	21	6.2
23	1	0.3
24	19	5.6
25	24	7.1
26	6	1.8
27	2	0.6
28	3	0.9
29	2	0.6
30	1	0.3
35	1	0.3
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°2, representa la distribución porcentual de la muestra según edad de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°2**  
**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA MUESTRA**  
**SEGÚN EDAD**



La Tabla N°4, permite observar la distribución muestral según el sexo de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde el 44.5% son mujeres y el 55.5% son varones.

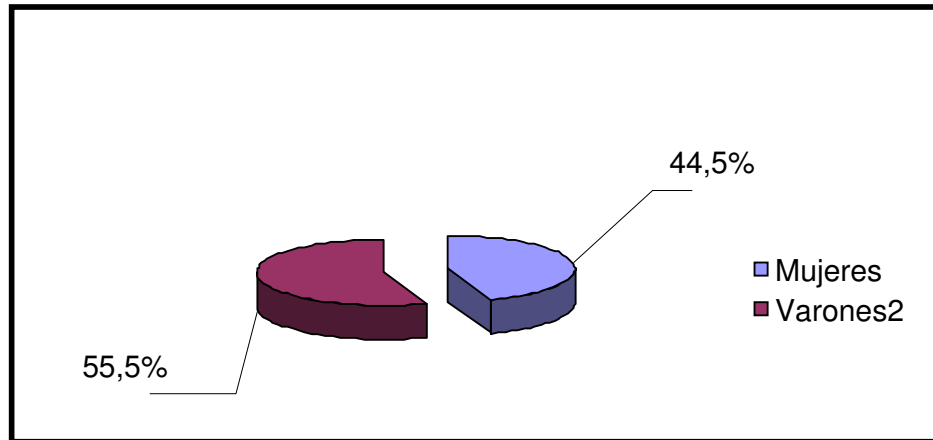
**Tabla N°4**  
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN SEXO**

Sexo	Frecuencia	%
Mujer	151	44.5
Varón	188	55.5
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°3, representa la distribución porcentual de la muestra según sexo, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°3**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA  
SEGÚN SEXO**



La tabla N°5, permite observar la distribución muestral según el ciclo de estudio, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde el 18.9% son estudiantes del décimo; el 24.5% corresponde son estudiantes del noveno ciclo de estudios; el 13.9% son del octavo; el 7.7% son del séptimo; asimismo el 7.7% son del sexto; el 7.4% son quinto ciclo; el 6.5% son del cuarto ciclo; el 5.9% son estudiantes del tercer ciclo; el 4.1% son del segundo ciclo de estudio y finalmente el 1.8% son estudiantes del ciclo de estudio.

**Tabla N°5**

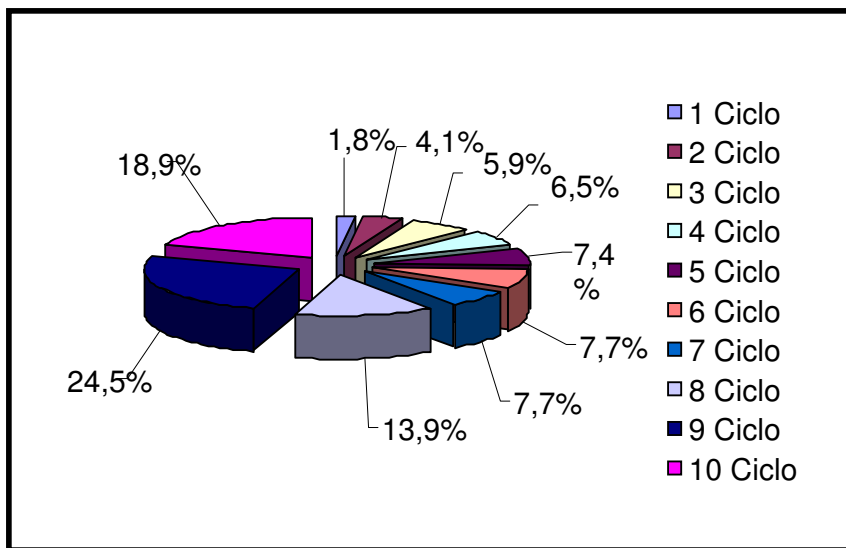
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CICLO DE ESTUDIO**

Ciclo que estudia	Frecuencia	%
1	5	1.8
2	14	4.1
3	20	5.9
4	22	6.5
5	25	7.4
6	26	7.7
7	26	7.7
8	47	13.9
9	83	24.5
10	64	18.9
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°4, representa la distribución porcentual de la muestra según ciclo de estudios, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°4**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN CICLO DE ESTUDIO**



La tabla N°6, permite observar la distribución muestral según el colegio de procedencia, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde el 63.1% proceden de colegio estatal y el 36.9% proceden colegio particular.

**Tabla N°6**

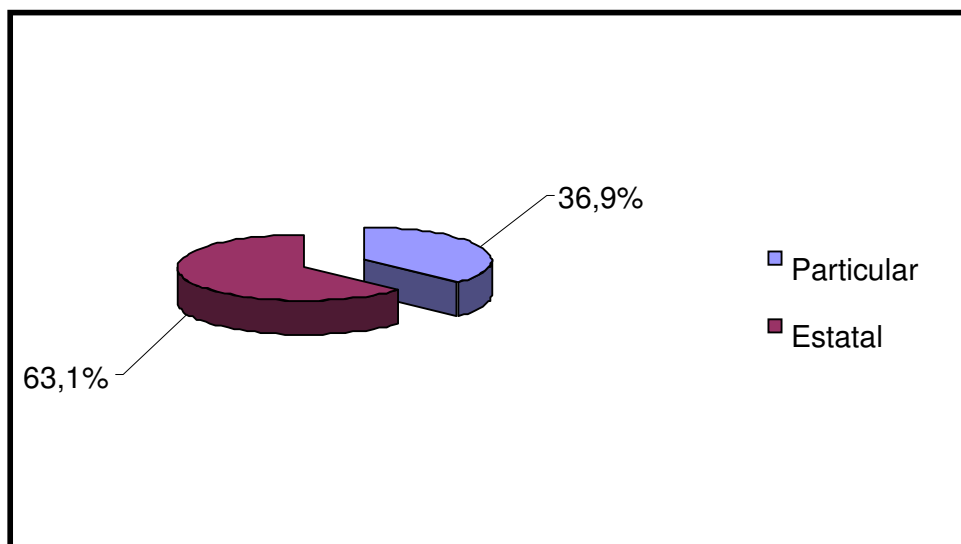
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN COLEGIO DE PROCEDENCIA**

<b>Colegio de Procedencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Particular	125	36.9
Estatal	214	63.1
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°5 representa la distribución porcentual de la muestra según colegio de procedencia, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°5**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA  
SEGÚN COLEGIO DE PROCEDENCIA**



La tabla N°7, permite observar la distribución de la muestra según el distrito de residencia; donde el 33.3% residen en el distrito de Cusco; el 24.8% residen en el distrito de Wanchaq; el 15 % residen en el distrito de San Sebastián; el 14% residen en el distrito de Santiago; seguido de porcentajes menores que señalan distritos anexos a la ciudad del Cusco.

**Tabla N°7**

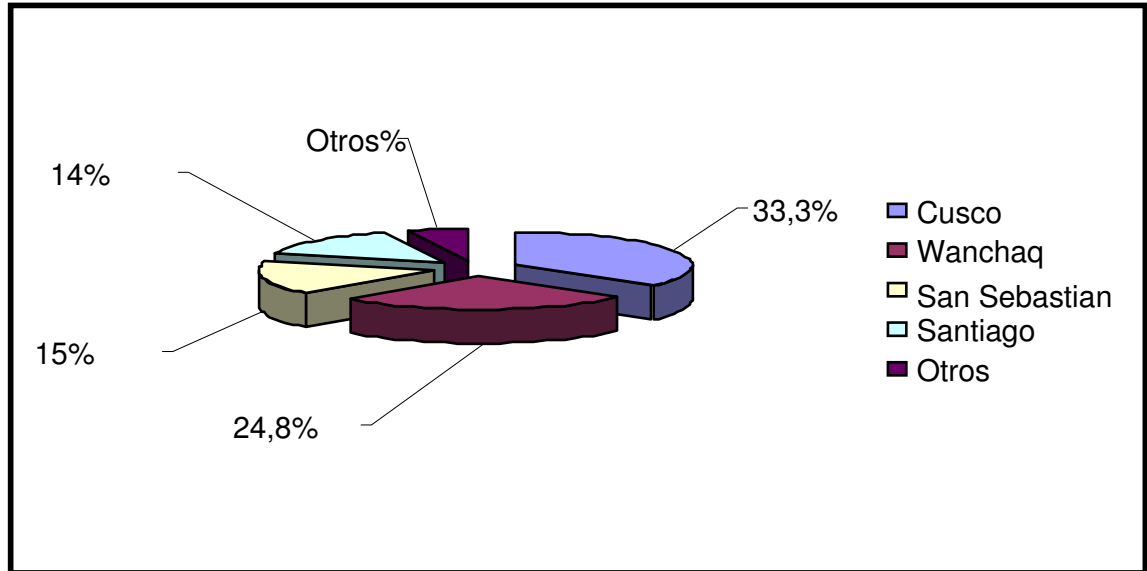
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN DISTRITO DE RESIDENCIA**

<b>Distrito de Residencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Saylla	6	1.8
Cercado	1	0.3
Chinchero	2	0.6
Cusco	113	33.3
Independencia	1	0.3
Limatambo	1	0.3
Poroy	1	0.3
Progreso	1	0.3
Quillabamba	1	0.3
San Jerónimo	19	5.6
San Sebastián	54	15.9
Santiago	49	14.5
Saylla	1	0.3
Sicuani	1	0.3
Torrechayoc	1	0.3
Urcos	2	0.6
Urubamba	1	0.3
Wanchaq	84	24.8
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°6, representa la distribución porcentual de la muestra según el distrito de residencia de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°6**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA  
SEGÚN DISTRITO DE RESIDENCIA**



La tabla N°8, permite observar la distribución muestral de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, según su estado civil, donde 95.6% son solteros; el 1.8% son convivientes; el 1.8% no responde; y el 0.9% son casados.

**Tabla N° 8**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN ESTADO CIVIL**

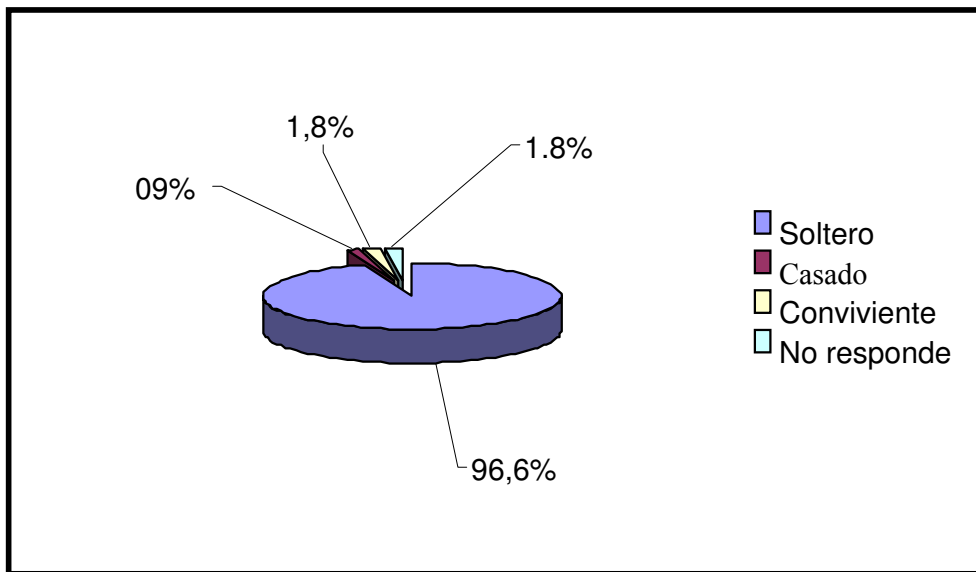
Estado Civil	Frecuencia	%
Soltero	324	95.6
Casado	3	0.9
Conviviente	6	1.8
No responde	6	1.8
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>



La gráfica N°7, representa la distribución porcentual de la muestra según estado civil de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°7**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA  
SEGÚN ESTADO CIVIL**



La tabla N°9, permite observar la distribución muestral según condición vive con sus padres, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, donde 71.7% vive con sus padres; el 26.8% no vive con sus padres; y el 1.5% no respondió.

**Tabla N° 9**

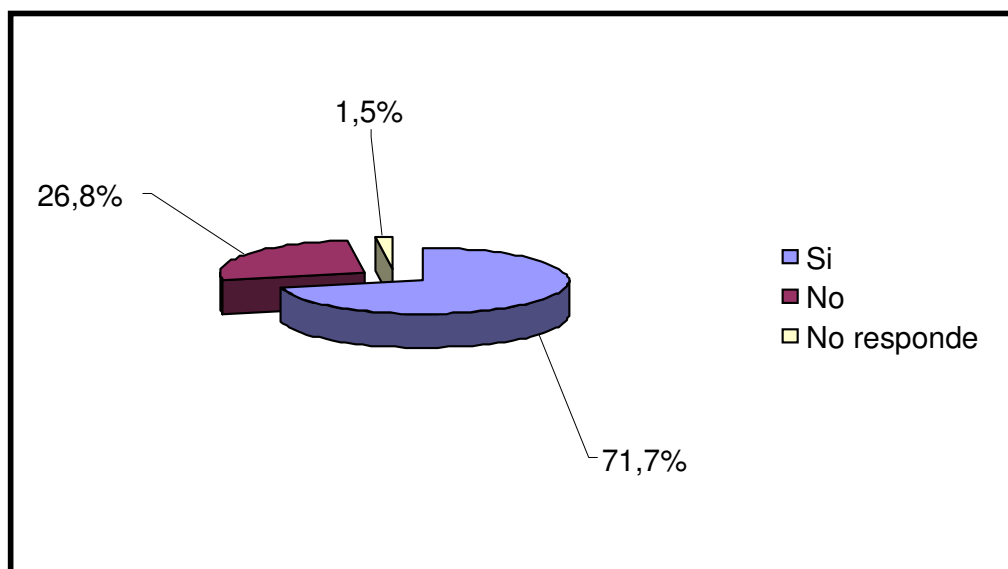
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION VIVE CON SUS PADRES**

Vive con sus padres	Frecuencia	%
Si	243	71.7
No	91	26.8
No responde	5	1.5
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°8, representa la distribución porcentual de la muestra según condición vive con sus padres, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°8**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION VIVE CON SUS PADRES**



La tabla N°10, permite observar la distribución muestral según tipo de vivienda, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde, el 61.1% señala que es propia, y el 34.8% señala que la vivienda es alquilada; y el 4.1 no respondió.

**Tabla N°10**

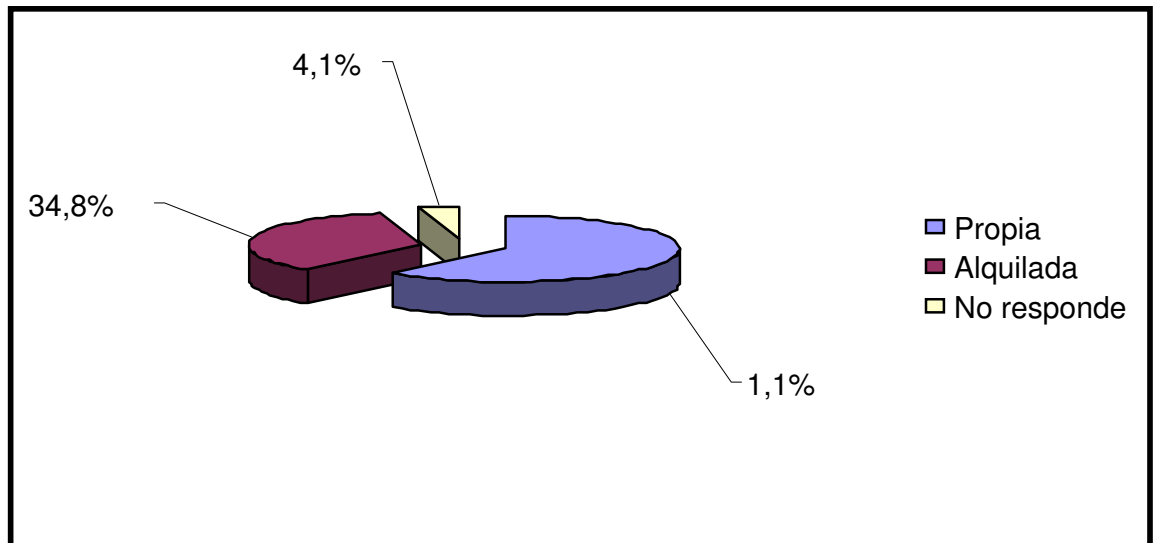
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA**

Tipo de Vivienda	Frecuencia	%
Propia	207	61.1
Alquilada	118	34.8
No responde	14	4.1
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°9, representa la distribución porcentual de la muestra según tipo de vivienda, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°9**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE VIVIENDA**



La tabla N°11, permite observar la distribución muestral según condición de trabajo, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, donde: el 73.7% de los estudiantes señalan que trabajan; y el 24.5% señala que no trabaja; mientras el 1.8% no respondió

**Tabla N°11**

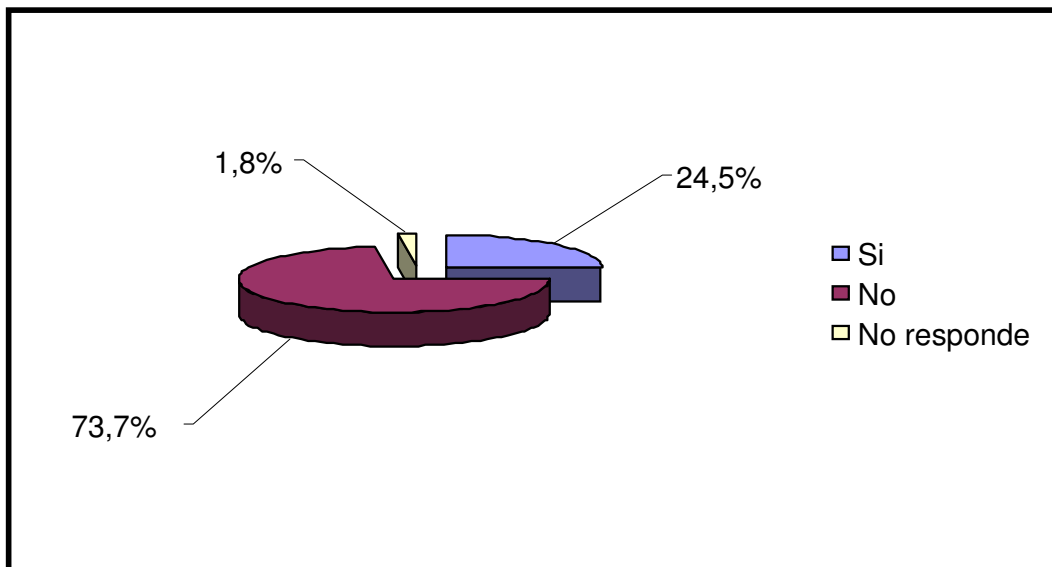
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION DE TRABAJO**

Trabaja	Frecuencia	%
Si	83	24.5
No	250	73.7
No responde	6	1.8
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°10, representa la distribución porcentual de la muestra según condición de trabajo, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°10**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN CONDICION DE TRABAJO**



La tabla N°12, permite observar la distribución muestral según tipo de trabajo, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde: el 76.7% no respondió; mientras el 13.9% señaló trabajo dependiente; y el 9.4% se refiera trabajo independiente.

**Tabla N°12**

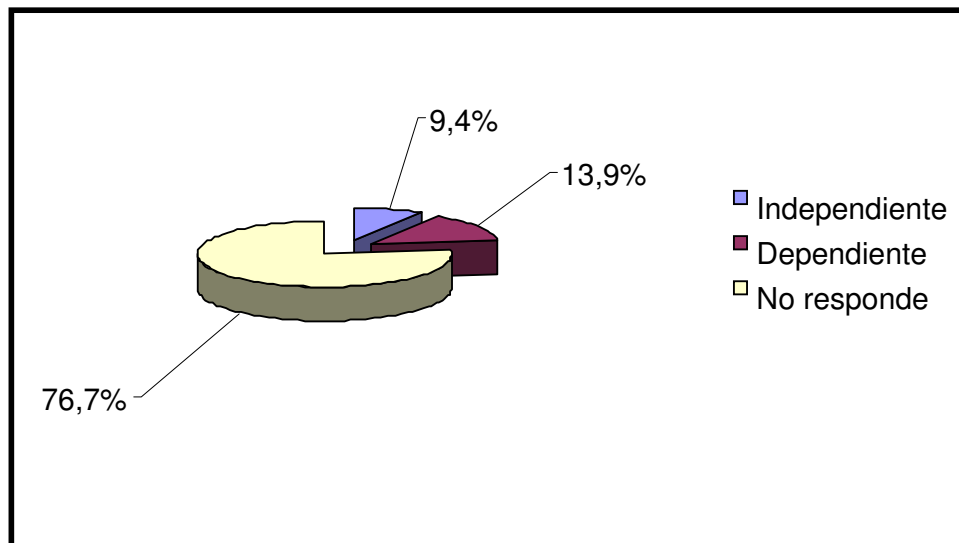
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN TIPO DE TRABAJO**

<b>Tipo de Trabajo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Independiente	32	9.4
Dependiente	47	13.9
No responde	260	76.7
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°11 presenta la distribución porcentual de la muestra según tipo de trabajo, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N° 11**

**DISTRIBUCION PORCENTUALDE LA MUESTRA  
SEGÚN TIPO DE  
TRABAJO**



La tabla N°13, permite observar la distribución muestral según grado de instrucción del padre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde: el 59.9% hace referencia al grado de instrucción superior; el 26.8% al nivel secundario; el 10.6% al nivel primario; mientras el 2.7% no respondió.

**Tabla N°13**

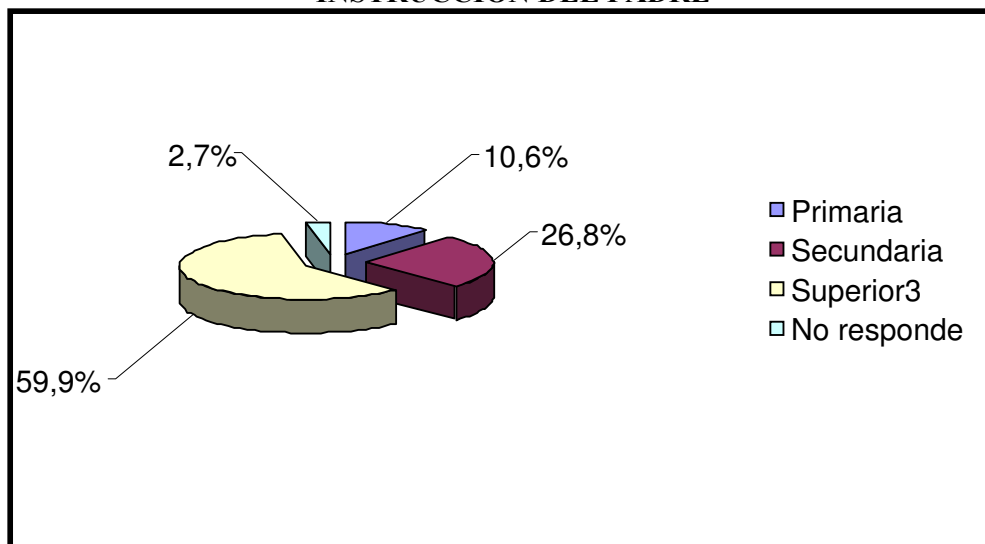
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL PADRE**

Grado de Instrucción del Padre	Frecuencia	%
Primaria	36	10.6
Secundaria	91	26.8
Superior	203	59.9
No responde	9	2.7
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°12, representa la distribución porcentual de la muestra según grado de instrucción del padre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°12**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL PADRE**



La tabla N°14, permite observar la distribución muestral según ocupación del padre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, según ocupación del padre, donde: el 28.9% es abogado; el 14.2% es docente; el 11.8% es confeccionista; el 4.7% jubilado el 4.1% es empleado; 3.6% es policía, seguido de porcentajes menores que hacen referencia a otras ocupaciones.

**Tabla N°14**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DEL PADRE**

Ocupación del Padre	Frecuencia	%
Abogado	98	<b>28.9</b>
Administrador	8	2.4
Agricultor	6	1.8
Agrónomo	1	0.3
Arquitecto	1	0.3
Artesano	4	1.2
Biólogo	1	0.3
Calzados	1	0.3
Chofer	5	1.5
Cocinero	2	0.6
Comerciante	40	<b>11.8</b>
Confeccionista	1	0.3
Contador	9	2.7
Desempleado	2	0.6
Director	1	0.3
Docente	48	<b>14.2</b>
Economista	4	1.2
Electricista	3	0.9
Empleado	14	<b>4.1</b>
Empresario	1	0.3
Fallecido	3	0.9
Fiscal	1	0.3
Ganadero	1	0.3
Gerente	2	0.6
Guía de turismo	1	0.3
Independiente	3	0.9
Ing. Agrónomo	3	0.9

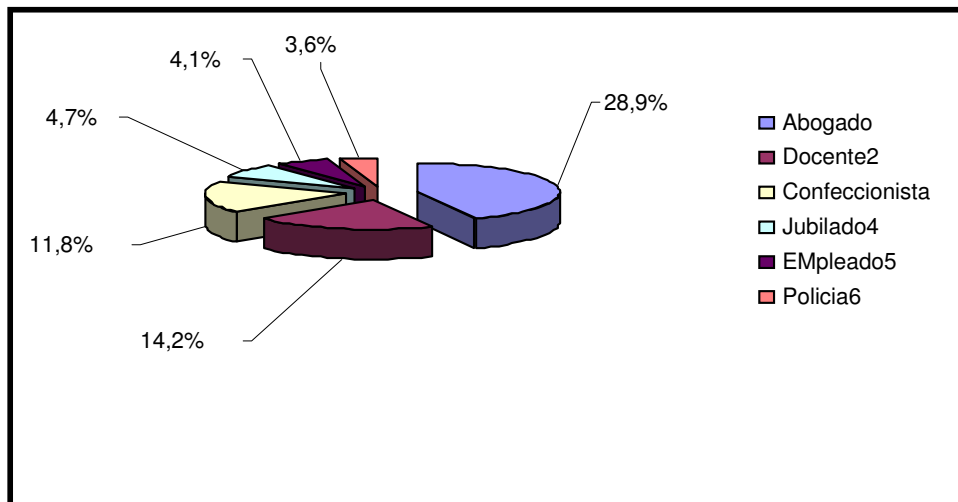
Ocupación del Padre	Frecuencia	%
Abogado	98	<b>28.9</b>
Ing. Civil	2	0.6
Ing. Químico	1	0.3
Ing. Zootecnista	3	0.9
Ingeniero	6	1.8
Jubilado	16	<b>4.7</b>
Maestro de obra	3	0.9
Mecánico	1	0.3
Médico	4	1.2
Militar	1	0.3
Minero	1	0.3
Músico	1	0.3
Obrero	4	1.2
Oficial	1	0.3
Policía	12	<b>3.6</b>
Procurador	1	0.3
Residente de obra	1	0.3
Servidor publico	3	0.9
Supervisor	1	0.3
Taxista	3	0.9
Técnico	2	0.6
Técnico bancario	1	0.3
Técnico en farmacia	1	0.3
Técnico PNP	1	0.3
Trabajador público	2	0.6
Transportista	2	0.6
Vigilante	1	0.3
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°13, presenta la distribución porcentual de la muestra según ocupación del padre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.



**Gráfica N°13**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DEL PADRE**



La tabla N°15, permite observar la distribución muestral según el grado de instrucción de la madre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde: el 45.4% hace referencia al grado de instrucción superior; el 33.6% al nivel secundario; el 16.5% al nivel primario; y el 4.4% no respondió.

**Tabla N°15**

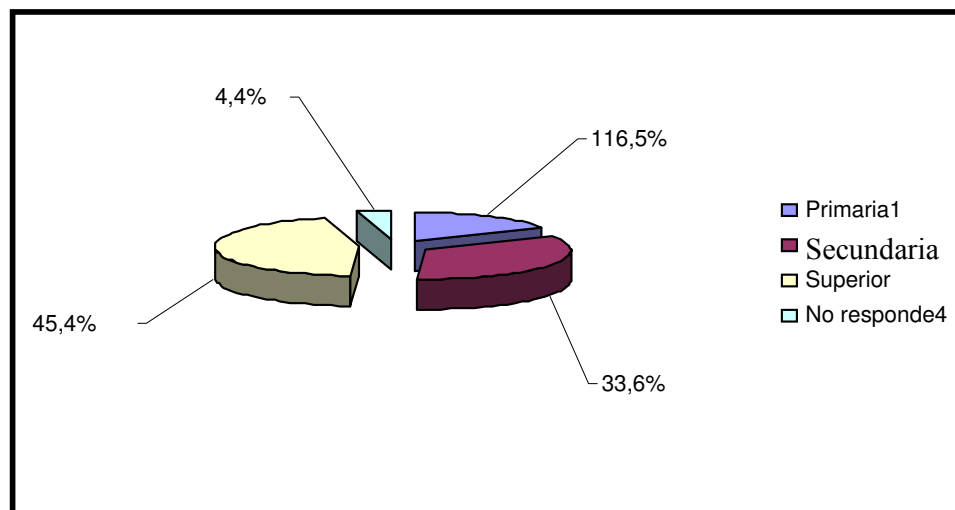
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LA MADRE**

Grado de Instrucción de la Madre	Frecuencia	%
Primaria	56	16.5
Secundaria	114	33.6
Superior	154	45.4
No responde	15	4.4
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°14, presenta la distribución porcentual de la muestra según grado de instrucción de la madre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°14**

**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LA MADRE**



La tabla N°16, permite observar la distribución muestral según la ocupación de la madre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, donde: el 30.4% es abogada; el 21.8% es ama de casa; el 14.2% economista; el 13.6% comerciante; el 2.9% enfermera; seguido de porcentajes menores que hacen referencia a otras ocupaciones.

Tabla N°16

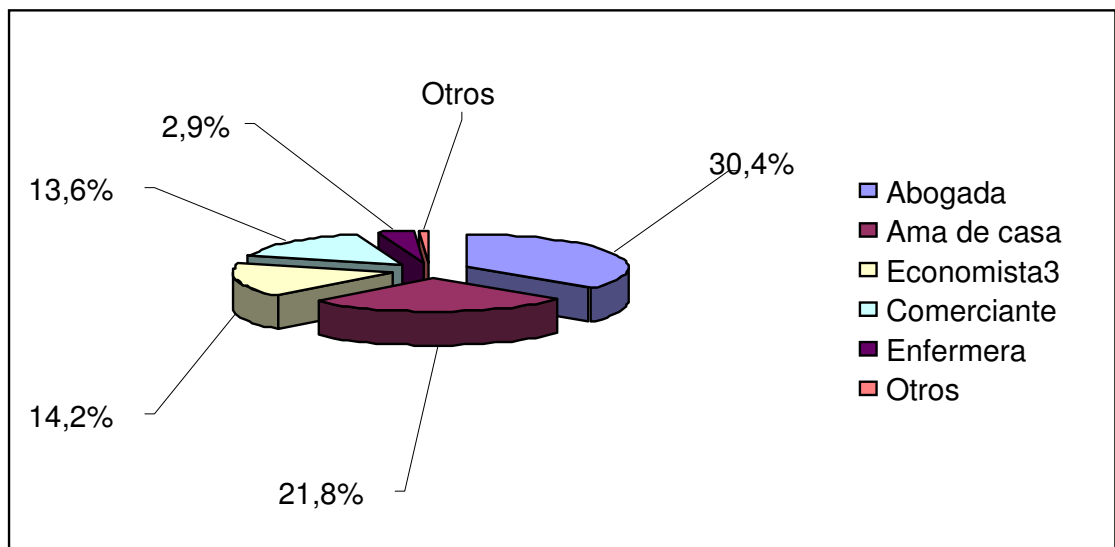
**DISTRIBUCION DE LA MUESTRA SEGÚN OCUPACION DE LA MADRE**

Ocupación de la Madre	Frecuencia	%
Abogado	103	30.4
Administración	1	0.3
Administrador	3	0.9
Agricultor	2	0.6
Ama de casa	74	21.8
Animadora	1	0.3
Antropóloga	1	0.3
Arquitecta	1	0.3
Artesana	5	1.5
Asistente	1	0.3
Auxiliar	2	0.6
Auxiliar contabilidad	1	0.3
Bachiller	1	0.3
Comerciante	46	13.6
Contador	4	1.2
Contratista	1	0.3
Cosmetóloga	1	0.3
Directora	1	0.3
Docente	48	14.2
Economista	2	0.6
Enfermería	1	0.3
Empleado público	4	1.2
Empresario	1	0.3
Enfermera	10	2.9
Ganadero	1	0.3
Gerente	1	0.3
Guía de turismo	1	0.3
Independiente	2	0.6
Jefe RENIEC	1	0.3
Jubilado	4	1.2
Modista	1	0.3
Músico	1	0.3
Obrera	1	0.3
PNP	1	0.3
Radióloga	1	0.3
Relacionista publica	1	0.3
Secretaria	4	1.2
Técnico enfermera	1	0.3
Turismo	3	0.9
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>100.0</b>

La gráfica N°15, presenta la distribución porcentual de la muestra según grado de instrucción de la madre, de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

**Gráfica N°15**

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA MUESTRA  
SEGÚN OCUPACION DE LA MADRE**



### **3.5 VARIABLES DE ESTUDIO**

#### **3.5.1 VARIABLES INDEPENDIENTES**

- ✓ Actitud Emprendedora
- ✓ Motivaciones para crear Empresa
- ✓ Conocimientos Empresariales
- ✓ Preparación Empresarial
- ✓ Obstáculos para crear empresa
- ✓ Motivación de Logro
- ✓ Autoeficacia Emprendedora

#### **3.5.2 VARIABLES DEPENDIENTE**

- ✓ Intención Emprendedora

#### **3.5.3 VARIABLE DE CONTROL**

Estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

### **3.6 DEFINICION CONCEPTUAL DE VARIABLES**

**1.- ACTITUD HACIA EL COMPORTAMIENTO:** Grado en que una persona evalúa de una manera favorable o desfavorable el comportamiento en cuestión.

**2.- NORMA SUBJETIVA:** creencias de que ciertos individuos o grupos piensan que debería o no realizar la conducta y el motivo personal para obedecer a los referentes específicos

**3.- CONTROL CONDUCTUAL PERCIBIDO:** Grado en el que se cree que posee las habilidades y las oportunidades necesarias o dificultades para realizar una acción

**4.- MOTIVACIÓN DE LOGRO:** Es el impulso de sobre salir tener éxito y que lleva a los individuos a imponerse a ellos mismos metas elevadas.

**5.- INTENCIÓN:** “La intención conductual la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción

**6.-AUTOEFICACIA:** Juicios que cada individuo tiene sobre sus capacidades en base a los cuales organizara y ejecutara sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado.

### **3.7 DEFINICION OPERACIONAL DE LAS VARIABLES**

**1.-ACTITUD EMPRENDEDORA:** Predisposición hacia la creación una empresa propia.

**2.-MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA:** principales motivaciones que los estudiantes consideran relevantes para la puesta en marcha de una empresa propia.

**3.-CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES:** materias que los universitarios consideran relevantes para poner en marcha una empresa y desarrollarla éxito.

**4.-PREPARACIÓN EMPRESARIAL:** percepción del estudiante sobre la preparación (conocimientos teóricos, experiencia y contactos o relaciones en el ámbito empresarial) para convertirse en empresario.

**5.-OBSTÁCULOS PARA CREAR EMPRESA:** principales obstáculos que los estudiantes consideran relevantes para la puesta en marcha de una empresa propia.

**6.- MOTIVACIÓN:** Estados internos que dirigen al organismo hacia metas o fines determinados y le confieren intensidad a la conducta.

**7.-INTENCIÓN EMPRENDEDORA;** “las intenciones emprendedoras corresponden a cualquiera que crea un nuevo emprendimiento o crea su propia empresa”.

**8.-AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA:** Creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de nueva empresa.

### **3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Las técnicas empleadas fueron técnicas indirectas (Sánchez C., 2002), se aplicó la escala actitud emprendedora, conocimientos empresariales y preparación percibida, motivaciones y obstáculos para la creación de empresa propia; La escala de motivación de logro, escala de autoeficacia emprendedora.

Los instrumentos que se utilizaron en el presente estudio fueron:

### 3.8.1 ESCALA DE MOTIVACIÓN DE LOGRO LUÍS VICUÑA PERI (ESCALA DE MOTIVACIÓN M-L (1997)).

#### FICHA TÉCNICA DE LA ESCALA DE MOTIVACIÓN M-L (1997)

Autor:	Dr. Luís Vicuña Peri
Año	1997
Nombre:	Escala de motivación M-L
Procedencia:	Lima -Perú
Administración:	Colectiva e individual
Duración:	20 minutos (aproximadamente)
Objetivos:	Explora la motivación de logro, afiliación y poder en jóvenes y adultos. Basado en la teoría de Mc Clelland D.C.
Ítem:	Enunciados de situaciones estructurados acompañadas por tres alternativas de respuesta obligada. Cada alternativa identifica un tipo de motivación cuyas respuestas van en una escala de seis grados que van desde definitivamente en desacuerdo (grado 1) hasta el definitivamente de acuerdo (grado 6.)
Dimensiones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Motivación de logro</li><li>• Motivación de Afiliación</li><li>• Motivación de Poder</li></ul>
Administración:	Es necesario poner énfasis en las instrucciones de cómo debe responder el examinado, debe quedar claro que deberá contestar a cada una de las alternativas de cada situación estructurada.
Validez:	La demostración si las escalas cumplen con un propósito fue establecida por el método de análisis de contenido mediante el criterio de jueces, y por la validez del constructo. Para la validez del contenido se



puso a consideración de 10 psicólogos con experiencia en psicología de la motivación y en psicología de organizaciones, quienes debían opinar acerca de las situaciones estructuradas y las alternativas correspondientes a cada tipo motivacional, las que en un inicio fueron 24 quedando después del análisis 18 situaciones mencionadas, las mismas que por el análisis del Ji cuadrado resultaron significativas en la opinión favorable de los jueces a un nivel del 0.01 de significación.

Confiabilidad: La escala presentó una puntuación en el Alfa de Cronbach de Motivación de logro 0.91, Motivación de poder, 0.82 y motivación de afiliación 0.80

### **3.8.2 ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS (2003)**

#### **FICHA TÉCNICA DE LA ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS**

Autores	Juan García García, Carlos Jesús Cano Guillén y Ana Belén Gea Segura
Año:	2003
Nombre:	Escala de actitudes emprendedoras
Procedencia:	España
Administración:	Colectiva e individual
Duración:	45 minutos (aproximadamente)
Objetivos:	su objetivo es medir las actitudes emprendedoras
Dimensiones	Contiene:

- **Intención emprendedora.**

Las cuestiones que aparecen en este apartado tienen el objetivo de medir los criterios de evaluación de la intención de los individuos hacia la creación de una empresa propia.

- **Conocimientos empresariales y Preparación empresarial.**

En este bloque se analizan las materias que los universitarios consideran relevantes para poner en marcha una empresa y desarrollarla con éxito. Para ello se elaboró un listado de áreas cuyo dominio se presume que favorece el desarrollo exitoso de un negocio (marketing, recursos humanos, contabilidad y finanzas, legislación...). Para evaluar la importancia de cada materia se ha utilizado una escala Likert de 5 puntos, siendo 1 nada importante, y 5 muy importante. Además de esta valoración, se solicitaba que señalaran aquél que consideraban más relevante. En otra pregunta se desea conocer la percepción del estudiante sobre su preparación para convertirse en empresario. Para ello, se categorizaron las respuestas en tres grupos (conocimientos teóricos, experiencia y contactos o relaciones en el ámbito empresarial), así como una valoración general, solicitando a los estudiantes que posicionaran su preparación personal en una escala de cinco niveles (muy bajo, bajo, aceptable, alto y muy alto).

- **Motivaciones y obstáculos para la creación de una empresa propia.**

En este apartado se pretende medir las principales motivaciones y obstáculos que los estudiantes consideran relevantes para la puesta en marcha de una empresa propia. Se ofrece un listado de aspectos que estudios previos y profesionales relacionados con el autoempleo han destacado como influyentes en la decisión de convertirse en empresario. Para evaluar la importancia de cada ítem se ha utilizado una escala Likert de 5 puntos, siendo 1 nada importante, y 5 muy importante. Además de esta valoración, se solicitaba a los estudiantes que señalaran el que consideraban más relevante.

- **Escala de actitudes emprendedoras.**

La escala incluye:

- Creatividad,
- Perseverancia,
- Capacidad de organización,
- Independencia,
- Confianza en sí mismo,
- Riesgos calculados,
- Tolerancia a la incertidumbre,
- Actitud competitiva,
- Capacidad de negociación y
- Locus de control.

Administración: Es necesario poner énfasis en las instrucciones de cómo debe responder el examinado, debe quedar claro que deberá contestar a cada una de las alternativas de cada situación.

Validez: Desde el punto de vista de la estructura interna de la Escala de Actitudes Emprendedoras, se estudió la estructura factorial de la escala unidimensional se realizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) con modelos de ecuaciones estructurales mediante el programa LISREL 8,52 sobre las puntuaciones de la muestra de estudiantes universitarios.

Confiabilidad: El modelo unidimensional que se generó a partir de todos los ítems y de las distintas características se puede considerar adecuado. ( $\chi^2_{S-B} (35) = 101,92$ ,  $p < 0,10$ ; NNFI = 0,96, IFI = 0,97, CFI = 0,97 en combinación SRMR = 0,044 y RMSEA = 0,060).  $\Omega$  (fiabilidad) = 0,90

### 3.8.3 ESCALA DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA (2005).

#### FICHA TÉCNICA DE LA ESCALA DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

Autor:	Dr. Alex de Noble Don Jung Stanford Ehrlich
Año	1999
Nombre original:	Entrepreneurship Research Survey
Adaptación:	Juan Moriano León. Francisco Palací Descals y José Morales Domínguez
Año de adaptación:	2005
Procedencia:	España
Administración:	Colectiva e individual
Duración:	20 minutos (aproximadamente)
Objetivos:	Explora las creencias de la persona en sus propias Habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de nueva empresa. Basado en la teoría de bandura.

#### Dimensiones

- Desarrollar nuevos productos
- Gestionar los Recursos Humanos
- Iniciar relaciones con inversionistas
- Construir un entorno innovador
- Trabajar bajo estrés

Administración: Es necesario poner énfasis en las instrucciones de cómo debe responder el examinado, debe quedar claro que deberá contestar a cada una de las alternativas de cada situación estructurada.

Validez:	La validez de constructo se llevó a cabo por un análisis factorial con 20 ítems donde la solución factorial explica el 54.22 % de la varianza total.
Confiabilidad:	La escala presentó una puntuación en el Alfa de Cronbach de .86 compuesta de 19 ítems agrupados en 5 factores, demostrando una confiabilidad alta

### 3.9 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

El procesamiento de datos fue efectuado con el software estadístico SPSS Versión 14, y con la finalidad de efectuar los cálculos estadísticos y despejar las interrogantes planteadas se aplicaron estadísticos de: medida de tendencia central, análisis factorial exploratorio, alpha de Cronbach; y con el programa AMOS 5.0 (Arbuckle, 2000; 2004) se efectuaron los análisis factoriales confirmatorios y se realizó el análisis del modelo de ecuaciones estructurales.

#### 1.- Medidas de tendencia central

Las medidas de tendencia central son puntos en una distribución, los valores medidos o centrales de esta, y nos ayudan a ubicarla dentro de la escala de medición.

**Moda** es el valor más común en nuestro conjunto de datos.

**Mediana** es el valor en el medio de la selección, si todos los valores están dispuestos del menor al mayor.

**Media (aritmética)** es la suma de todos los valores dividido por su número, se calcula según la siguiente fórmula:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

$\Sigma$  = sumatoria

$\mu$  = media

N = número de elementos

X = valores o datos

## 2.- Medida de variabilidad (desviación estándar)

Desviación estándar es el promedio de desviación de las puntuaciones con respecto a la media. Esta medida se expresa en las unidades originales de medición de la distribución, se interpreta en relación a la media. Cuanto mayor sea la dispersión de los datos alrededor de la media, mayor será la desviación estándar. Se calcula con la formula:

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^M (X_i - \mu_x)^2}{M}}$$

## 3.- Análisis de varianza

Prueba estadística para evaluar el efecto de dos o más variables independientes sobre una variable dependiente constituye una extensión del análisis de varianza unidireccional, solamente que incluye más de una variable independiente. Evalúa los efectos por separado de cada variable independiente y los efectos conjuntos de dos o más variables independientes. Además podemos señalar que el ANOVA es un método estadístico propio para los diseños experimentales factoriales.

#### 4.- Análisis factorial

El análisis factorial (**AF**) es una técnica de análisis multivariante que se utiliza para el estudio e interpretación de las correlaciones entre un grupo de variables. El modelo matemático del Análisis Factorial supone que cada una de las  $p$  variables observadas es función de un número  $m$  factores comunes ( $m < p$ ) más un factor específico o único. Tanto los factores comunes como los específicos no son observables y su determinación e interpretación es el resultado del Análisis Factorial.

Analíticamente, supondremos un total de  $p$  variables observables tipificadas y la existencia de  $m$  factores comunes. El modelo se define de la siguiente forma:

$$X_1 = l_{11} F_1 + l_{12} F_2 + l_{1m} F_m + e_1$$

$$X_2 = l_{21} F_1 + l_{22} F_2 + l_{2m} F_m + e_2$$

$$X_p = l_{p1} F_1 + l_{p2} F_2 + l_{pm} F_m + e_p$$

que podemos expresar de forma matricial como:  $X = Lf + e$  donde:

- $X$  es el vector de las variables originales.
- $L$  es la matriz factorial recoge las cargas factoriales ó (saturaciones).
- $l_{ih}$  es la correlación entre la variable  $j$  y el factor  $h$ .
- $f$  es el vector de factores comunes.
- $e$  es el vector de factores únicos.

El objetivo del Análisis Factorial será, por tanto, obtener los factores comunes de modo que expliquen una buena parte de la variabilidad total de las variables.

## 5.- Coeficiente de correlación r de Pearson:

Mide el grado de correlación (la dirección de esa correlación es positiva o negativa) entre dos variables de escala métrica (intervalo o de razón).

Este coeficiente, normalmente representado por la letra "r" assume apenas valores entre -1 e 1.

- $r = 1$  Significa una correlación perfecta entre las dos variables
- $r = -1$  Significa una correlación negativa perfecta entre las dos variables
- $r = 0$  Significa que las dos variables no dependen linealmente una de otra.]

Cálculo

El coeficiente de correlación de Pearson se calcula según la siguiente fórmula:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}},$$

donde  $x_1, x_2, \dots, x_n$  e  $y_1, y_2, \dots, y_n$  son valores medidos de ambas variables.

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n x_i$$

e

$$\bar{y} = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n y_i$$



## **6- Prueba de bondad del ajuste de Smirnov Kolmogorov**

Para verificar si los datos de la muestra tienen una distribución normal o no se aplicó la prueba de Smirnov Kolmogorov. Es una prueba de ajuste, y esta interesada en determinar el grado de concordancia entre la distribución de un conjunto de valores o puntuaciones observadas y una distribución teórica específica. La prueba incluye la especificación de la distribución de frecuencia acumulada que pudieran ocurrir dada la distribución teórica y comparándola con la distribución de frecuencias acumuladas observadas. La distribución teórica representa lo que podría ser esperado según  $H_0$ .

La prueba permite mostrar en estas dos distribuciones, la teórica y la observada, la mayor divergencia. La referencia a la distribución muestral indica si una divergencia tan grande es probable que ocurra sobre la base del azar. Es decir, la distribución muestral indica la probabilidad de una divergencia de la magnitud observada pudiera ocurrir si las observaciones fueran realmente una muestra aleatoria de una distribución teórica. La prueba de Kolmogorov – Smirnov supone que la distribución de las variables subyacentes que van a ser probadas es continua, como es especificada por la distribución de frecuencias acumuladas.

El método de cálculo establece que sea  $F_0(X)$  una función de distribución de frecuencias relativas acumuladas completamente especificada por la distribución teórica según  $H_0$ , esto es, para cualquier valor  $X$ , el valor de  $F_0(X)$ , es la proporción de casos esperados que tienen puntuaciones iguales o menores que  $X$ .

Sea  $S_N(X)$  la distribución de frecuencias relativas acumuladas observadas de una muestra aleatoria de  $N$  observaciones. Si  $X_i$ , es una puntuación posible, entonces  $F_i / N$  donde  $F_i$  es el número de observaciones que son iguales o menores que  $X_i$   $F_o(X_i)$  es la proporción esperada de observaciones que son menores o iguales a  $X_i$ .

Ahora según la hipótesis nula que de la muestra ha sido extraída de la distribución teórica especificada se espera que para cada valor  $X_i$   $F_o(X_i)$  sea ligeramente cercano a  $F_o(X_i)$ . Esto es, cuando  $H_o$  es verdadera, se puede esperar que las diferencias entre  $S_N(X_i) - F_o(X_i)$  sean pequeñas dentro de los límites del error aleatorio. La prueba de Kolmogorov – Smirnov se enfoca sobre las desviaciones más grandes. El valor absoluto más grande  $F_o(X_i) - S_N(X_i)$  se llama máxima desviación de  $D$  (Siegel y Castellán, 1995, Amón J.; 1986)

$$D = \max |F|$$

### 7.- Modelo de ecuaciones estructurales

Estos modelos se caracterizan por dos elementos : 1) estimación de relaciones de dependencia múltiples y cruzadas y b) la capacidad de representar conceptos no observados en estas relaciones y tener en cuenta el error de medida en el proceso de estimación.

La diferencia más observable entre los sistemas de ecuaciones estructurales es la capacidad de analizar relaciones para cada sub conjunto de variables, además de permitir algunas interrelaciones entre algunos de las variables de estos subconjuntos. Los sistemas de ecuaciones estructurales permiten, además de estimar relaciones múltiples introducir conceptos o variables latentes (un variable latente es

un concepto supuesto y no observado que solo puede ser aproximado mediante variables medibles u observables) al análisis, mientras que estas interrelaciones establecidas fortalecen las correlaciones utilizadas de esta manera se puede realizar estimaciones mas precisas de los coeficientes estructurales.

## 8.- Alfa de Cronbach

Estadígrafos para el cálculo de la confiabilidad.

El Alfa de Cronbach, cuyo cálculo emplea el promedio de todas las correlaciones existentes entre los items del instrumento que tributan al concepto latente que se pretende “medir”. En efecto, si existen n ítems, lógicamente la matriz de correlaciones tendrá un número de correlaciones no triviales entre ítems igual a  $n(n-1)/2$ ; por lo que promediando éstas y denotando su valor por P, tendremos:

$$\alpha = \frac{nP}{1 + (n-1)P} \quad \alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_x^2} \right]$$

Es obvio que si los n items están fuertemente correlacionados p tiende a ser uno y entonces  $\alpha$  tiende a ser también 1. Si los items tienen correlaciones bajas, p tiende a ser cero y entonces  $\alpha$  tiende también a ser cero. Debido a esta característica del estadígrafo suele llamársele un estadígrafo de consistencia interna. La principal ventaja de este coeficiente reside en que requiere de una sola administración del instrumento de medición.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4. Resultados**

En el presente capítulo presentamos los resultados del estudio efectuados en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Para este fin se aplicó a 83 alumnos de la carrera profesional de Administración de empresas; 87 alumnos de la carrera profesional de Contabilidad; 83 alumnos de la carrera de Economía y 86 alumnos de la carrera profesional de Turismo.

Con la finalidad de efectuar los cálculos estadísticos y despejar las interrogantes planteadas en el presente estudio, el análisis cuantitativo de los datos fue procesado en tres etapas utilizándose una combinación de estadística descriptiva y procedimientos multivariados. En una primera etapa se realizó el análisis psicométrico de los instrumentos del estudio calculándose las correlaciones ítem-test corregidas y los coeficientes Alfa de Cronbach, así como la validez de constructo a través del Análisis Factorial exploratorio.

En una segunda etapa se realizó un análisis descriptivo de las variables seleccionadas para el estudio, efectuándose el análisis de la normalidad de los puntajes a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

Y finalmente en la tercera etapa se realizó el análisis inferencial del contraste de hipótesis, para ello se tomó en cuenta las recomendaciones propuestas por Siegel y Castellan (1995)<sup>29</sup> y Catena, Ramos y Trujillo (2003), el cual abarcó los siguientes tipos de análisis, correlaciones de 'Pearson', análisis de razón crítica, la prueba Z de diferencia de medias para grupos independientes y el análisis de varianza de un factor y el test de Scheffé como contraste a posteriori, y el modelo de ecuaciones estructurales.

El análisis de la información se realizó con los paquetes SPSS v.14, para los análisis psicométricos de confiabilidad, las estadísticas descriptivas, la prueba de bondad de ajuste a la curva normal de Kolmogorov-Smirnov, las correlaciones de Pearson, la regresión múltiple, las pruebas Z para grupos independientes y los análisis de varianza de un factor. Con el programa AMOS 5.0 (Arbuckle, 2000; 2004) se efectuaron los análisis factoriales confirmatorios.

Resultados que a continuación presentamos en el siguiente orden a) análisis psicométrico b) análisis descriptivo c) análisis del modelo de ecuaciones estructurales d) análisis de correlaciones e) análisis comparativo de las variables estudiadas según sexo f) análisis comparativo de las variables estudiadas según procedencia de carrera profesional.

## **4.1 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO**

### **4.1.1 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS**

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la escala de actitudes emprendedoras, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°217, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.21 y 0.67, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala.

El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.77 lo que permite concluir que la escala de Actitudes emprendedoras presenta confiabilidad.

**Tabla N°17**

**ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE  
ACTITUDES EMPRENDEDORAS**

<b>Item</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>.ritc</b>
<b>ACTEMP 1</b>	2.61	0.85	0.27 *
<b>ACTEMP 2</b>	1.91	0.90	0.27 *
<b>ACTEMP 3</b>	1.71	0.83	0.20 *
<b>ACTEMP 4</b>	2.33	0.88	0.27 *
<b>ACTEMP 5</b>	2.02	0.88	0.26 *
<b>ACTEMP 6</b>	2.99	0.90	0.26 *
<b>ACTEMP 7</b>	2.47	0.89	0.25 *
<b>ACTEMP 8</b>	2.94	0.82	0.29 *
<b>ACTEMP 9</b>	2.57	0.91	0.21 *
<b>ACTEMP 10</b>	3.26	0.76	0.26 *
<b>ACTEMP 11</b>	2.62	0.95	0.31 *
<b>ACTEMP 12</b>	2.39	0.93	0.29 *
<b>ACTEMP 13</b>	3.07	0.78	0.23 *
<b>ACTEMP 14</b>	3.02	0.80	0.28 *
<b>ACTEMP 15</b>	3.10	0.82	0.67 *
<b>ACTEMP 16</b>	2.51	0.98	0.25 *
<b>ACTEMP 17</b>	3.23	0.82	0.21 *
<b>ACTEMP 18</b>	2.54	0.85	0.30 *
<b>ACTEMP 19</b>	2.83	0.90	0.24 *
<b>ACTEMP 20</b>	2.49	0.92	0.25 *
<b>ACTEMP 21</b>	1.96	0.90	0.22 *
<b>ACTEMP 22</b>	2.79	0.90	0.27 *
<b>ACTEMP 23</b>	2.65	0.86	0.37 *
<b>ACTEMP 24</b>	2.47	0.98	0.25 *
<b>ACTEMP 25</b>	2.24	0.93	0.25 *
<b>ACTEMP 26</b>	2.94	0.88	0.27 *
<b>ACTEMP 27</b>	2.78	0.88	0.24 *
<b>ACTEMP 28</b>	3.05	0.81	0.26 *
<b>ACTEMP 29</b>	3.42	0.81	0.25 *

**Alfa de Cronbach = 0.77 \***

**\* p < .05**

**N = 339**

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de actitudes emprendedoras realizado a través del análisis factorial exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) la Tabla N°18, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.96, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corrobora que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 34.26 % de la varianza total.

Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.



Tabla N°18

ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE  
ACTITUDES EMPRENDEDORAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS  
FACTORIAL EXPLORATORIO

Ítem	M	D. E.	Factor 1
ACTEMP 1	2.61	0.85	0.56
ACTEMP 2	1.91	0.90	0.60
ACTEMP 3	1.71	0.83	0.68
ACTEMP 4	2.33	0.88	0.59
ACTEMP 5	2.02	0.88	0.57
ACTEMP 6	2.99	0.90	0.49
ACTEMP 7	2.47	0.89	0.73
ACTEMP 8	2.94	0.82	0.50
ACTEMP 9	2.57	0.91	0.32
ACTEMP 10	3.26	0.76	0.54
ACTEMP 11	2.62	0.95	0.66
ACTEMP 12	2.39	0.93	0.34
ACTEMP 13	3.07	0.78	0.60
ACTEMP 14	3.02	0.80	0.54
ACTEMP 15	3.10	0.82	0.58
ACTEMP 16	2.51	0.98	0.59
ACTEMP 17	3.23	0.82	0.32
ACTEMP 18	2.54	0.85	0.33
ACTEMP 19	2.83	0.90	0.41
ACTEMP 20	2.49	0.92	0.48
ACTEMP 21	1.96	0.90	0.56
ACTEMP 22	2.79	0.90	0.58
ACTEMP 23	2.65	0.86	0.76
ACTEMP 24	2.47	0.98	0.77
ACTEMP 25	2.24	0.93	0.59
ACTEMP 26	2.94	0.88	0.55
ACTEMP 27	2.78	0.88	0.81
ACTEMP 28	3.05	0.81	0.75
ACTEMP 29	3.42	0.81	0.72
<b>Varianza Explicada</b>			<b>34.26 %</b>

**Determinante = 0.006**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.96**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 1187.56 G. L. = 406 p = .0001**

**N = 339**

#### 4.1.2 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE ESCALA DE MOTIVACIONES PARA CREAR UNA EMPRESA

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la escala de motivaciones para crear empresa, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°19, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.21 y 0.65, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala. El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.84 lo que permite concluir que la escala de Motivaciones para crear empresa presenta confiabilidad.

Tabla N°19

#### ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE LAS MOTIVACIONES PARA CREAR UNA EMPRESA

Ítem	M	D. E.	.ritc
PRIMOTI 1	4.02	0.91	0.42 *
PRIMOTI 2	3.64	1.08	0.22 *
PRIMOTI 3	4.28	0.87	0.27 *
PRIMOTI 4	4.31	0.82	0.25 *
PRIMOTI 5	4.15	0.86	0.29 *
PRIMOTI 6	3.79	0.97	0.51 *
PRIMOTI 7	2.58	1.16	0.65 *
PRIMOTI 8	4.14	0.92	0.33 *
PRIMOTI 9	4.35	0.84	0.25 *
PRIMOT 10	4.05	0.98	0.21 *
PRIMOT 11	3.24	0.82	0.61 *
<b>Alfa de Cronbach = 0.84 *</b>			

\*  $p < .05$

N = 339

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de motivaciones para crear empresa realizado a través del análisis factorial Exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) la Tabla N°20, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.81, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corroborar que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 51.72 % de la varianza total. Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.

**Tabla N°20**  
**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA LAS**  
**MOTIVACIONES PARA CREAR UNA EMPRESA A TRAVÉS DEL**  
**ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO**

Ítem	M	D. E.	Factor 1
<b>PRIMOTI 1</b>	4.02	0.91	0.65
<b>PRIMOTI 2</b>	3.64	1.08	0.66
<b>PRIMOTI 3</b>	4.28	0.87	0.60
<b>PRIMOTI 4</b>	4.31	0.82	0.69
<b>PRIMOTI 5</b>	4.15	0.86	0.68
<b>PRIMOTI 6</b>	3.79	0.97	0.63
<b>PRIMOTI 7</b>	2.58	1.16	0.57
<b>PRIMOTI 8</b>	4.14	0.92	0.58
<b>PRIMOTI 9</b>	4.35	0.84	0.63
<b>PRIMOT 10</b>	4.05	0.98	0.50
<b>PRIMOT 11</b>	3.24	0.82	0.53
<b>Varianza Explicada</b>			51.72 %
<b>Determinante = 0.161</b>			
<b>Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.81</b>			
<b>Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 608.84 G. L. = 55 p = .0001</b>			

**N = 339**

### 4.1.3 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA DE LOS CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la escala de conocimientos empresariales, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°21, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.29 y 0.62, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995).

El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.84 lo que permite concluir que la escala de Conocimientos empresariales presenta confiabilidad. Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala.

**Tabla N°21**

#### ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES

Ítem	M	D. E.	.ritc
NIVELC 1	2.62	0.95	0.59 *
NIVELC 2	2.84	0.92	0.60 *
NIVELC 3	2.87	0.96	0.49 *
NIVELC 4	2.83	1.05	0.61 *
NIVELC 5	2.62	1.01	0.56 *
NIVELC 6	3.06	1.04	0.62 *
NIVELC 7	2.44	0.99	0.46 *
NIVELC 8	2.30	1.01	0.49 *
NIVELC 9	3.18	1.04	0.55 *
NIVELC 10	2.87	1.15	0.34 *
NIVELC 11	3.15	1.00	0.46 *
NIVELC 12	3.10	0.68	0.29 *
<b>Alfa de Cronbach = 0.84 *</b>			

\*  $p < .05$

N = 339

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de conocimientos empresariales realizado a través del análisis factorial exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) la Tabla N°22, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.86, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corrobora que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial. Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 68.84 % de la varianza total.

**Tabla N°22**

**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE  
CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES A TRAVÉS DEL ANÁLISIS  
FACTORIAL EXPLORATORIO**

<b>Item</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>Factor 1</b>
<b>NIVELC 1</b>	2.62	0.95	0.70
<b>NIVELC 2</b>	2.84	0.92	0.72
<b>NIVELC 3</b>	2.87	0.96	0.60
<b>NIVELC 4</b>	2.83	1.05	0.72
<b>NIVELC 5</b>	2.62	1.01	0.68
<b>NIVELC 6</b>	3.06	1.04	0.72
<b>NIVELC 7</b>	2.44	0.99	0.57
<b>NIVELC 8</b>	2.30	1.01	0.58
<b>NIVELC 9</b>	3.18	1.04	0.63
<b>NIVELC 10</b>	2.87	1.15	0.41
<b>NIVELC 11</b>	3.15	1.00	0.53
<b>NIVELC 12</b>	3.10	0.68	0.24
<b>Varianza Explicada</b>			<b>68.84 %</b>

**Determinante = 0.029**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.86**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 1182.81 G. L. = 66 p = .0001**

#### 4.1.4 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA NIVEL DE PREPARACION EMPRESARIAL

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la motivación de logro, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°23, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.60 y 0.83, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala.

El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.83 lo que permite concluir que la escala de preparación empresarial presenta confiabilidad.

**Tabla N°23**  
**ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE NIVEL DE PREPARACIÓN EMPRESARIAL**

Ítem	M	D. E.	.ritc
NIVECONO	2.60	0.73	0.60 *
NIVEEXPE	2.42	0.94	0.60 *
NIVECONT	2.67	0.88	0.60 *
NIVEGENE	2.73	0.71	0.83 *
Alfa de Cronbach = 0.83 *			

\*  $p < .05$

N = 339

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de motivación de logro, realizado a través del análisis factorial Exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle, 2000; 2004) la Tabla N°24, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.79, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corrobora que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 67.33% de la varianza total. Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.

**Tabla N°24**  
**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE**  
**NIVEL DE PREPARACIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DEL ANÁLISIS**  
**FACTORIAL EXPLORATORIO**

<b>Ítem</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>Factor 1</b>
<b>NIVECONO</b>	2.60	0.73	0.78
<b>NIVEEXPE</b>	2.42	0.94	0.77
<b>NIVECONT</b>	2.67	0.88	0.80
<b>NIVEGENE</b>	2.73	0.71	0.92
<b>Varianza Explicada</b>			<b>67.33 %</b>

**Determinante = 0.165**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.79**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 605.03 G. L. = 6 p = .0001**

---

**N = 339**

#### 4.1.5 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA DE LOS OBSTÁCULOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la escala de obstáculos para crear empresa, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°25, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.26 y 0.64, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala. El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.85, lo que permite concluir que la escala de obstáculos para crear empresa presenta confiabilidad.

**Tabla N°25**  
**ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE LOS**  
**OBSTÁCULOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA**

Ítem	M	D. E.	.rite
OBSTA 1	2.66	1.09	0.36 *
OBSTA2	3.41	1.08	0.42 *
OBSTA 3	4.05	0.98	0.37 *
OBSTA 4	3.34	1.29	0.52 *
OBSTA 5	3.55	1.35	0.55 *
OBSTA 7	3.52	1.08	0.47 *
OBSTA 8	3.22	1.10	0.64 *
OBSTA 9	3.83	1.07	0.32 *
OBSTA 10	3.51	0.99	0.39 *
OBSTA 11	3.14	1.19	0.48 *
OBSTA 12	3.18	0.95	0.56 *
OBSTA 13	3.11	1.28	0.55 *
OBSTA 14	2.86	1.21	0.49 *
OBSTA 15	2.90	1.23	0.50 *
OBSTA 16	3.54	1.18	0.56 *
OBSTA 17	3.66	1.15	0.38 *
OBSTA 18	3.14	0.78	0.26 *
<b>Alfa de Cronbach = 0.85 *</b>			

\*  $p < .05$

N = 339



Para el análisis de la validez de constructo de la escala obstáculos para crear empresa realizado a través del análisis factorial Exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) la Tabla N°26, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.87, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corrobora que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 66.74 % de la varianza total.

Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.

**Tabla N°26**

**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE LOS  
OBSTÁCULOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA A TRAVÉS DEL  
ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO**

<b>Ítem</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>Factor 1</b>
<b>OBSTA 1</b>	2.66	1.09	0.68
<b>OBSTA2</b>	3.41	1.08	0.70
<b>OBSTA 3</b>	4.05	0.98	0.62
<b>OBSTA 4</b>	3.34	1.29	0.59
<b>OBSTA 5</b>	3.55	1.35	0.70
<b>OBSTA 7</b>	3.52	1.08	0.59
<b>OBSTA 8</b>	3.22	1.10	0.49
<b>OBSTA 9</b>	3.83	1.07	0.49
<b>OBSTA 10</b>	3.51	0.99	0.59
<b>OBSTA 11</b>	3.14	1.19	0.50
<b>OBSTA 12</b>	3.18	0.95	0.53
<b>OBSTA 13</b>	3.11	1.28	0.58
<b>OBSTA 14</b>	2.86	1.21	0.65
<b>OBSTA 15</b>	2.90	1.23	0.65
<b>OBSTA 16</b>	3.54	1.18	0.65
<b>OBSTA 17</b>	3.66	1.15	0.58
<b>OBSTA 18</b>	3.14	0.78	0.59
<b>Varianza Explicada</b>			<b>66.74 %</b>

**Determinante = 0.036**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.87**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 1544.49 G. L. = 136 p = .0001**

**N = 339**

#### **4.1.6 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA DE MOTIVACIÓN DE LOGRO**

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la motivación de logro, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°27, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.24 y 0.57, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala.

El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.83 lo que permite concluir que la escala de Motivación de Logro presenta confiabilidad.

**Tabla N°27**

**ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE  
MOTIVACIÓN DE LOGRO**

<b>Item</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>.rite</b>
<b>MOTIL1c</b>	4.43	1.10	0.33 *
<b>MOTIL 2c</b>	4.18	1.00	0.39 *
<b>MOTIL 3c</b>	3.81	1.33	0.43 *
<b>MOTIL 4C</b>	4.33	1.08	0.38 *
<b>MOTIL 5C</b>	4.52	0.99	0.24 *
<b>MOTIL 6C</b>	4.73	0.94	0.36 *
<b>MOTIL 7C</b>	4.53	1.14	0.45 *
<b>MOTIL 8C</b>	4.45	1.01	0.43 *
<b>MOTIL 9C</b>	4.04	1.32	0.47 *
<b>MOTIL 10C</b>	4.22	1.34	0.43 *
<b>MOTIL 11C</b>	4.45	1.03	0.33 *
<b>MOTIL 12C</b>	3.75	1.42	0.47 *
<b>MOTIL 13C</b>	3.28	1.41	0.40 *
<b>MOTIL 14C</b>	3.41	1.23	0.40 *
<b>MOTIL 15C</b>	3.62	1.30	0.49 *
<b>MOTIL 16C</b>	3.67	1.38	0.49 *
<b>MOTIL 17C</b>	3.89	1.40	0.57 *
<b>MOTIL 18C</b>	4.03	1.21	0.55 *
<b>Alfa de Cronbach = 0.83 *</b>			

\*  $p < .05$

N = 339

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de motivación de logro, realizado a través del análisis factorial Exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) la Tabla N°28., permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.85, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corroborar que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 34.61 % de la varianza total. Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.

**Tabla N°28**

**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE  
MOTIVACIÓN DE LOGRO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL  
EXPLORATORIO**

<b>Item</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>Factor 1</b>
MOTIL1c	4.43	1.10	0.59
MOTIL 2c	4.18	1.00	0.47
MOTIL 3c	3.81	1.33	0.48
MOTIL 4C	4.33	1.08	0.53
MOTIL 5C	4.52	0.99	0.69
MOTIL 6C	4.73	0.94	0.67
MOTIL 7C	4.53	1.14	0.55
MOTIL 8C	4.45	1.01	0.65
MOTIL 9C	4.04	1.32	0.71
MOTIL 10C	4.22	1.34	0.78
MOTIL 11C	4.45	1.03	0.57
MOTIL 12C	3.75	1.42	0.49
MOTIL 13C	3.28	1.41	0.53
MOTIL 14C	3.41	1.23	0.53
MOTIL 15C	3.62	1.30	0.63
MOTIL 16C	3.67	1.38	0.53
MOTIL 17C	3.89	1.40	0.59
MOTIL 18C	4.03	1.21	0.51
<b>Varianza Explicada</b>			<b>34.61 %</b>

**Determinante = 0.006**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.85**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 1670.49 G. L. = 153 p = .0001**

**N = 339**

#### **4.1.7 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA**

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la escala de Autoeficacia emprendedora, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°29, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.26 y 0.64, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala.

El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.83 lo que permite concluir que la escala de Autoeficacia emprendedora presenta confiabilidad.

**Tabla N° 29**

**ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE DE  
AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA**

<b>Ítem</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>.ritc</b>
<b>SOYCAP 1</b>	2.71	0.99	0.26 *
<b>SOYCAP 2</b>	3.48	0.80	0.58 *
<b>SOYCAP 3</b>	3.56	0.83	0.55 *
<b>SOYCAP 4</b>	3.23	0.84	0.47 *
<b>SOYCAP 5</b>	3.43	0.78	0.60 *
<b>SOYCAP 6</b>	3.63	0.84	0.61 *
<b>SOYCAP 7</b>	3.56	0.86	0.60 *
<b>SOYCAP 8</b>	3.41	0.88	0.58 *
<b>SOYCAP 9</b>	3.37	0.89	0.54 *
<b>SOYCAP 10</b>	3.09	0.82	0.50 *
<b>SOYCAP 11</b>	3.20	0.86	0.61 *
<b>SOYCAP 12</b>	3.26	0.87	0.57 *
<b>SOYCAP 13</b>	3.32	0.92	0.57 *
<b>SOYCAP 14</b>	3.57	0.89	0.53 *
<b>SOYCAP 15</b>	3.48	0.87	0.54 *
<b>SOYCAP 16</b>	3.49	0.90	0.59 *
<b>SOYCAP 17</b>	3.56	0.90	0.51 *
<b>SOYCAP 18</b>	3.33	0.88	0.64 *
<b>SOYCAP 19</b>	3.50	0.91	0.55 *
<b>Alfa de Cronbach = 0.83 *</b>			

\*  $p < .05$

**N = 339**

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de autoeficacia emprendedora realizado a través del análisis factorial Exploratorio con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) la Tabla N°30, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.92, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corrobora que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 40.33 % de la varianza total. Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.

**Tabla N° 30**

**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE  
AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS  
FACTORIAL EXPLORATORIO**

<b>Ítem</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>Factor 1</b>
<b>SOYCAP 1</b>	2.71	0.99	0.78
<b>SOYCAP 2</b>	3.48	0.80	0.72
<b>SOYCAP 3</b>	3.56	0.83	0.53
<b>SOYCAP 4</b>	3.23	0.84	0.53
<b>SOYCAP 5</b>	3.43	0.78	0.64
<b>SOYCAP 6</b>	3.63	0.84	0.59
<b>SOYCAP 7</b>	3.56	0.86	0.52
<b>SOYCAP 8</b>	3.41	0.88	0.58
<b>SOYCAP 9</b>	3.37	0.89	0.39
<b>SOYCAP 10</b>	3.09	0.82	0.60
<b>SOYCAP 11</b>	3.20	0.86	0.53
<b>SOYCAP 12</b>	3.26	0.87	0.79
<b>SOYCAP 13</b>	3.32	0.92	0.54
<b>SOYCAP 14</b>	3.57	0.89	0.50
<b>SOYCAP 15</b>	3.48	0.87	0.65
<b>SOYCAP 16</b>	3.49	0.90	0.76
<b>SOYCAP 17</b>	3.56	0.90	0.75
<b>SOYCAP 18</b>	3.33	0.88	0.79
<b>SOYCAP 19</b>	3.50	0.91	0.68
<b>Varianza Explicada</b>			<b>40.33 %</b>

**Determinante = 0.001**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.92**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 2274.99 G. L. = 171 p = .0001**

**N = 339**



#### 4.1.8 ANÁLISIS PSICOMÉTRICO DE LA ESCALA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Los resultados del análisis psicométrico de los ítems de la escala de intención emprendedora, efectuados a través del coeficiente de correlación ítem-test corregido, presentados en la Tabla N°31, permite observar que los ítems fluctúan entre 0.42 y 0.64, los cuales son estadísticamente significativos, ( $p < .05$ ) por lo que todos los ítems son aceptados y que a la vez superan el criterio de ser mayores de 0.20 ( $r > 0.20$ ) propuesto por Kline (1995). Lo que permite que todos los ítems sean relevantes para la conformación de la escala. El análisis de la confiabilidad por consistencia interna, realizado a través del coeficiente de Alfa de Cronbach asciende a 0.70 lo que permite concluir que la escala de Intención Emprendedora presenta confiabilidad.

**Tabla N°31**

#### ANÁLISIS DE ÍTEMS Y CONFIABILIDAD DE LA ESCALA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Ítem	M	D. E.	.ritc
<b>CRITERIO 1</b>	0.63	0.49	0.46 *
<b>CRITERIO 2</b>	0.96	0.19	0,48 *
<b>CRITERIO 3</b>	0.46	0.50	0.42 *
<b>CRITERIO 4</b>	0.80	0.40	0.42 *
<b>CRITERIO 5</b>	0.24	0.45	0.48 *
<b>CRITERIO 6</b>	0.28	0.45	0.45 *
<b>CRITERIO 7</b>	0.56	0.50	0.64 *
<b>CRITERIO 8</b>	0.83	0.38	0.44 *
<b>Alfa de Cronbach = 0.70 *</b>			

\*  $p < .05$

N = 339

Para el análisis de la validez de constructo de la escala de intención emprendedora realizado a través del análisis factorial exploratorio con base a la aplicación del programa amos 5.0 (Arbuckle,2000; 2004) presentados en la Tabla N°32, permite observar que la medida de adecuación del muestreo de Kaiser-Meyer-Olkin alcanza un valor de 0.79, lo cual indica que las variables tienen un adecuado potencial explicativo, mientras que el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor que es significativo, lo cual corrobora que los coeficientes de correlación entre los ítems son lo suficientemente elevados como para continuar con el análisis factorial.

Los hallazgos indican que existe 1 sólo factor que permiten explicar el 50.61 % de la varianza total. Los resultados permiten concluir que la escala presenta validez de Constructo.

**Tabla N° 32**

**ANÁLISIS DE LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO DE LA ESCALA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO**

<b>Ítem</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>Factor 1</b>
<b>CRITERIO 1</b>	0.63	0.49	0.78
<b>CRITERIO 2</b>	0.96	0.19	0.73
<b>CRITERIO 3</b>	0.46	0.50	0.76
<b>CRITERIO 4</b>	0.80	0.40	0.77
<b>CRITERIO 5</b>	0.24	0.45	0.65
<b>CRITERIO 6</b>	0.28	0.45	0.62
<b>CRITERIO 7</b>	0.56	0.50	0.73
<b>CRITERIO 8</b>	0.83	0.38	0.63
<b>Varianza Explicada</b>			50.61 %

**Determinante = 0.025**

**Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. = 0.79**

**Prueba de esfericidad de Bartlett Chi-cuadrado = 138.77 G. L. = 28 p = .0001**

**N = 339**

## 4.2 ANALISIS DESCRIPTIVO

### 4.2.1 ANALISIS DE LA NORMALIDAD DE LAS VARIABLES

Los resultados del análisis de la bondad de ajuste a la curva normal, de las variables estudiadas fueron realizados a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Los hallazgos indicaron que en todos los valores se obtuvieron estadísticos Z de Kolmogorov-Smirnov con valores pequeños, los cuales no presentan diferencias estadísticamente significativas, por lo que se puede concluir que las distribuciones de los puntajes se aproximaron adecuadamente a la distribución normal. Ver Tabla N°33 y 34).

Es por ello que los resultados alcanzados permiten conformar la pertinencia de utilizar contrastes estadísticos paramétricos en el análisis de los datos de la investigación (Siegel y Castellan, 1995).

**Tabla N°33**

**ANÁLISIS DE LA BONDAD DE AJUSTE A LA CURVA NORMAL DE LAS  
VARIABLES ESTUDIADAS A TRAVÉS DE LA PRUEBA DE  
KOLMOGOROV-SMIRNOV**

<b>VARIABLES</b>	<b>M</b>	<b>D. E.</b>	<b>K-S Z</b>
<b>Intención emprendedora</b>	4.75	1.60	1.82
<b>Conocimientos Empresariales</b>	2.82	0.59	1.23
<b>Preparación Empresarial</b>	2.67	0.67	1.38
<b>Motivaciones para crear empresa</b>	3.87	0.48	1.40
<b>Obstáculos para crear empresa</b>	3.33	0.61	1.21
<b>Actitud emprendedora</b>	2.56	0.27	0.78
<b>Autoeficacia emprendedora</b>	3.36	0.53	0.89
<b>Motivación de Logro</b>	3.68	0.50	1.31

N = 339

**Tabla N°34**

**PRUEBA DE KOLMOGOROV-SMIRNOV PARA UNA MUESTRA**

VARAIBLES	N	Parámetros normales(a,b)		Diferencias más extremas			Z de Kolmogorov-Smirnov	Sig. asintót. (bilateral)
		Media	Desviación típica	Absoluta	Positiva	Negativa		
Intención emprendedora	339	47,463	159,713	,153	,109	-,153	1.821	,052
Conocimientos Empresariales	339	28,240	,59096	,067	,036	-,067	1,230	,097
Preparación Empresarial	339	26,667	,66580	,108	,108	-,107	1.383	,072
Motivaciones para crear empresa	339	38,699	,47939	,076	,038	-,076	1,403	,069
Obstáculos para crear empresa	339	33,313	,61107	,066	,028	-,066	1,211	,106
Actitud emprendedora	339	25,642	,26514	,042	,042	-,036	,777	,583
Autoeficacia emprendedora	339	33,565	,52525	,048	,048	-,030	,893	,403
Motivación de Logro	339	36,804	,49544	,071	,071	-,052	1,313	,065

a La distribución de contraste es la Normal.

b Se han calculado a partir de los datos.

### **4.3 ANÁLISIS INFERENCIAL DEL CONTRASTE DE HIPOTESIS ANÁLISIS DEL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES**

Para el contraste de la hipótesis general la cual propuso la influencia de actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora, en los estudiantes del área de ciencias empresariales, de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco para contrastarla se aplicó el análisis de senderos (Path análisis).

El análisis de validez del modelo se realizó a través del análisis multivariado del Modelo de Ecuaciones Estructurales, el cual se realizó con base a la aplicación del programa AMOS 5.0 (Arbuckle, 2000; 2004), tomándose en cuenta las recomendaciones propuestas por Byrne (2001), quien propone para estos casos la necesidad de comparar el modelo teórico propuesto con dos modelos alternativos diferenciados, uno constituido por la inter-correlación entre todas las variables estudiadas y que constituye el modelo saturado y otro donde se incluye la menor cantidad posible de relaciones entre variables y que conforma el modelo independiente, y que sirva de criterio de contraste.

Los resultados observados en la Tabla N°35 , donde se incluye el modelo teórico propuesto que indica la existencia relaciones implicativas entre las variables independientes y las variables dependientes, y se observa que el modelo propuesto alcanza en el test de Bondad de Ajuste Chi-Cuadrado Mínimo ( $\chi^2$ ) un

valor de 16.967, el cual con 10 grados de libertad alcanza una probabilidad de 0.75, que no es estadísticamente significativo, lo cual indica la adecuación del modelo teórico respecto a los resultados obtenidos por el modelo saturado y el modelo independiente, lo que nos indica que el modelo es adecuado y obtiene resultados superiores a los modelos Saturado e Independiente.

La revisión de los hallazgos de los análisis complementarios de la bondad de Ajuste a través del índice de Ajuste (GFI = 0.988) y el índice de Ajuste Ponderado (AGFI = 0.956) alcanzaron valores óptimos cercanos a 1. Además el análisis del índice residual de la raíz cuadrada media del error de aproximación, que evalúa la aproximación de la matriz de covarianzas teórica con la matriz observada, alcanzó un valor pequeño (RMSEA= 0.045). En conclusión los resultados alcanzados permiten aceptar el modelo teórico propuesto.

**Tabla N° 35**

**ANÁLISIS DEL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES DE LA INFLUENCIA DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

<b>Datos</b>	<b>Modelo Evaluado</b>	<b>Modelo Saturado</b>	<b>Modelo Independiente</b>
<b>Parámetros</b>	26	36	8
<b>Chi-Cuadrado mínimo</b>	16.967	0.000	363.762
<b>G. L.</b>	10	0	28
<b>P</b>	0.75		.000
<b>Chi-cuadrado mínimo/G.L.</b>	1.697		12.991
<b>GFI</b>	0.988	1.000	0.754
<b>AGFI</b>	0.956		0.684
<b>RMSEA</b>	0.045		0.188

**N = 339**

El análisis estadístico de las influencias específicas de las variables independientes sobre las variables dependientes, planteadas en el modelo y que son analizadas a través de las Razón Crítica (RC), presentadas en las Tabla N°36 y la Figura N°3 permiten apreciar que las relaciones propuestas son estadísticamente significativas y por lo tanto son relevantes para conformar el modelo, dichas relaciones son:

- 1) La Actitud Emprendedora influye positivamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = 0.15$ ).
- 2) Los Conocimientos Empresariales influyen positivamente sobre la Autoeficacia Emprendedora ( $\beta = 0.29$ ).
- 3) La Actitud Emprendedora influye positivamente sobre la Autoeficacia Emprendedora ( $\beta = 0.29$ ).
- 4) La Motivación de Logro influye positivamente sobre la Autoeficacia Emprendedora ( $\beta = 0.10$ ).
- 5) Las Motivaciones para crear empresa influyen positivamente sobre la Autoeficacia Emprendedora ( $\beta = 0.26$ ).
- 6) Las Motivaciones para crear Empresa influyen positivamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = 0.13$ ).
- 7) Los conocimientos empresariales influyen positivamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = 0.12$ ).

- 8) La Autoeficacia Emprendedora influye positivamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = 0.16$ ).
- 9) Los Obstáculos para crear empresa influye negativamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = -0.16$ ).
- 10) La Preparación Empresarial influye positivamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = 0.25$ ).
- 11) La Motivación de Logro influye positivamente sobre la Intención Emprendedora ( $\beta = 0.14$ ).



**Tabla N° 36**

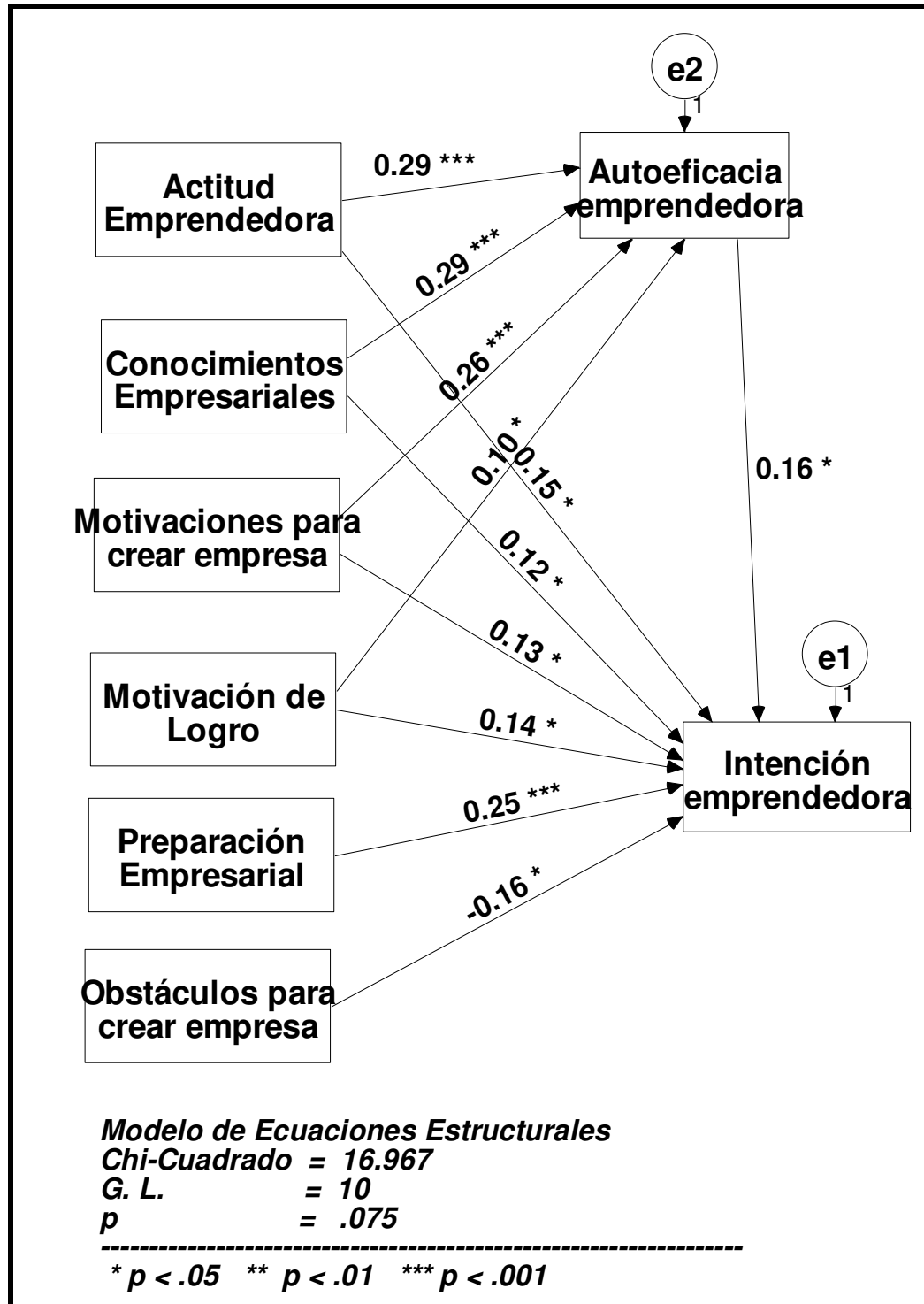
**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS  
CON EL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES**

<b>No.</b>	<b>V. I</b>	<b>V.D.</b>	<b><math>\beta</math> (Beta estandarizado)</b>	<b>Razón Crítica</b>
<b>1</b>	Conocimientos Empresariales	Autoeficacia Emprendedora	0.29	6.491 ***
<b>2</b>	Actitud Emprendedora	Autoeficacia Emprendedora	0.29	6.229 ***
<b>3</b>	Motivación de Logro	Autoeficacia Emprendedora	0.10	2.076 *
<b>4</b>	Motivaciones para crear Empresa	Autoeficacia Emprendedora	0.26	5.511 ***
<b>5</b>	Motivaciones para crear Empresa	Intención Emprendedora	0.13	2.304 *
<b>6</b>	Conocimientos Empresariales	Intención Emprendedora	0.12	2.065 *
<b>7</b>	Autoeficacia Emprendedora	Intención Emprendedora	0.16	2.019 *
<b>8</b>	Actitud Emprendedora	Intención Emprendedora	0.15	1.957 *
<b>9</b>	Obstáculos para crear empresa	Intención Emprendedora	-0.16	3.141 *
<b>10</b>	Preparación Empresarial	Intención Emprendedora	0.25	4.529 ***
<b>11</b>	Motivación de Logro	Intención Emprendedora	0.14	1.502 *

**N = 339**

Figura N°3

MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES DE LAS  
VARIABLES ESTUDIADAS



#### 4.4 ANALISIS CORRELACIONAL

En la Tabla N°37, se observa que el análisis correlacional múltiple realizado entre todas las variables de estudio presentan en todos los casos correlaciones positivas y significativas que fluctúan entre los niveles moderados ( $r = 0.39$ ) y los niveles elevados ( $r = 0.77$ ). Presentando el mayor valor de relación positiva los puntajes de motivación de logro y motivaciones para crear empresa. ( $r = 0.77$ ).

El análisis de la primera hipótesis específica indica que existe relación significativa entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.54^{***} p < .001$ ).

El análisis de la segunda hipótesis específica indica que existe relación significativa entre las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.64^{***} p < .001$ ).

El análisis de la tercera hipótesis específica indica que existe relación significativa entre los conocimientos empresariales y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional

San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.68^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la cuarta hipótesis específica indica que existe relación significativa entre la preparación empresarial y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.63^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la quinta hipótesis específica indica que existe relación significativa entre los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.36^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la sexta hipótesis específica indica que existe relación significativa entre la motivación de logro y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.57^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la séptima hipótesis específica indica que existe relación significativa entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.37^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la octava hipótesis específica indica que existe relación significativa entre la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.38^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la novena hipótesis específica indica que existe relación significativa entre las motivaciones para crear empresa y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.47^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la décima hipótesis específica indica que existe relación significativa entre la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es

presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.74^{***}$   $p < .001$ ).

El análisis de la undécima hipótesis específica indica que existe relación significativa entre los conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, realizado a través de la correlación de Pearson y que es presentado en la Tabla N°37, permite observar que existe correlación significativa y positiva ( $r = 0.39^{***}$   $p < .001$ ).

Tabla N°37

MATRIZ DE CORRELACIONES ENTRE LAS VARIABLES DE ESTUDIO

Variables	Intención emprendedora	Conocimientos Empresariales	Preparación Empresarial	Motivaciones para crear empresa	Obstáculos para crear empresa	Actitud emprendedora	Autoeficacia emprendedora
<b>Intención emprendedora</b>	----						
<b>Conocimientos Empresariales</b>	0.68 ***	----					
<b>Preparación Empresarial</b>	0.63 ***	0.45 ***	----				
<b>Motivaciones para crear empresa</b>	0.64 ***	0.32 ***	0.42 ***	----			
<b>Obstáculos para crear empresa</b>	0.36 ***	0.31 ***	0.33 ***	0.39 ***	----		
<b>Actitud emprendedora</b>	0.54 ***	0.65 ***	0.38 ***	0.39 ***	0.36 ***	----	
<b>Autoeficacia emprendedora</b>	0.37 ***	0.39 ***	0.39 ***	0.47 ***	0.34 ***	0.38 ***	----
<b>Motivación de Logro</b>	0.57 ***	0.44 ***	0.55 ***	0.77 ***	0.53 ***	0.35 ***	0.74 ***

\* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

N = 339

#### 4.5 ANALISIS COMPARATIVO DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS SEGÚN SEXO

##### 4.5.1 ANALISIS DE LA VARIABLE INTENCION EMPRENDEDORA SEGÚN EL SEXO.

El análisis de comparación de la variable *intención emprendedora* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la Tabla N°38, permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas ( $Z = -2.25$   $p < .05$ ). Notándose que el sexo masculino alcanza mayores puntajes que el sexo femenino.

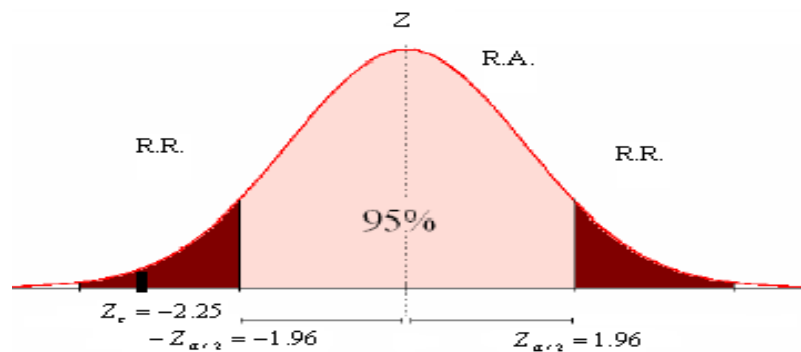
**Tabla N°38**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE**  
**INTENCION EMPRENDEDORA SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino		Masculino		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Intención emprendedora	4.53	1.51	4.92	1.65	-2.25 *

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**Gráfica N°16**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**





#### 4.5.2 ANALISIS DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable *conocimientos empresariales* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la Tabla N°39, permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas ( $Z = 8.85$   $p < .05$ )

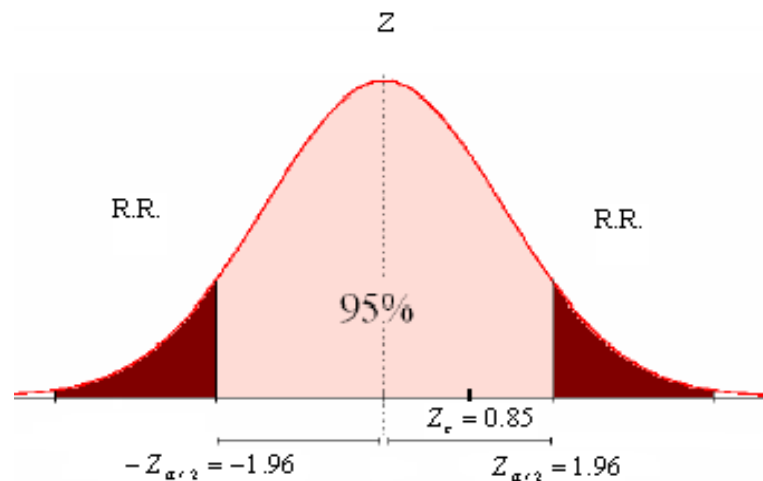
**Tabla N° 39**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino N = 151		Masculino N = 188		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Conocimientos Empresariales	2.85	0.59	2.80	0.60	0.85

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**Gráfica N°17**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**



#### 4.5.3 ANALISIS DE LA VARIABLE PREPARACION EMPRESARIAL SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable *preparación empresarial* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la Tabla N°40, permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas. ( $Z = -1.18$   $p < .05$ )

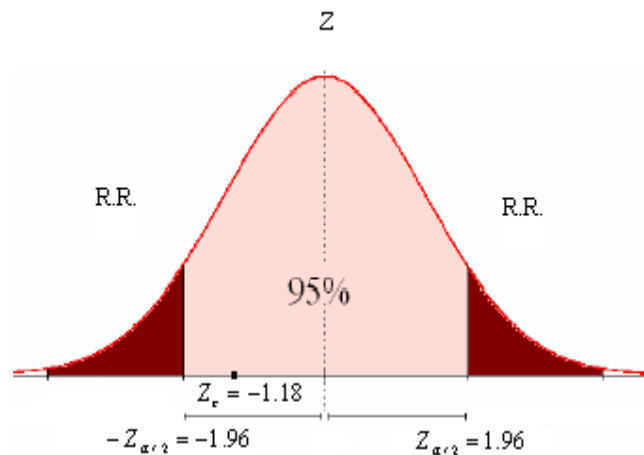
**Tabla N°40**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE**  
**PREPARACION EMPRESARIAL SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino		Masculino		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Preparación Empresarial	2.62	0.65	2.70	0.68	-1.18

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**Gráfica N°18**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**



#### 4.5.4 ANALISIS DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable *motivaciones para crear empresa* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la Tabla N°41, permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas. ( $Z = 0.81$   $p < .05$ )

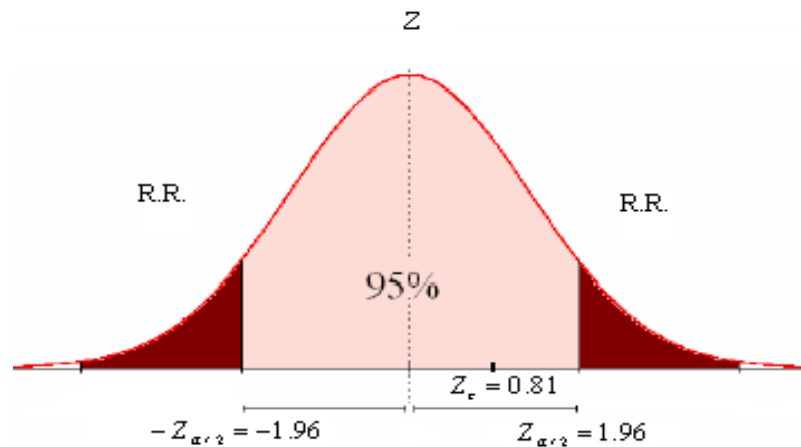
**Tabla N°41**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE**  
**MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino N = 151		Masculino N = 188		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Motivaciones para crear empresa	3.89	0.47	3.85	0.49	0.81

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**Gráfica N°19**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**



#### 4.5.5 ANALISIS DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable *motivaciones para crear empresa* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la Tabla N°42, permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas ( $Z = 1.05p < .05$ )

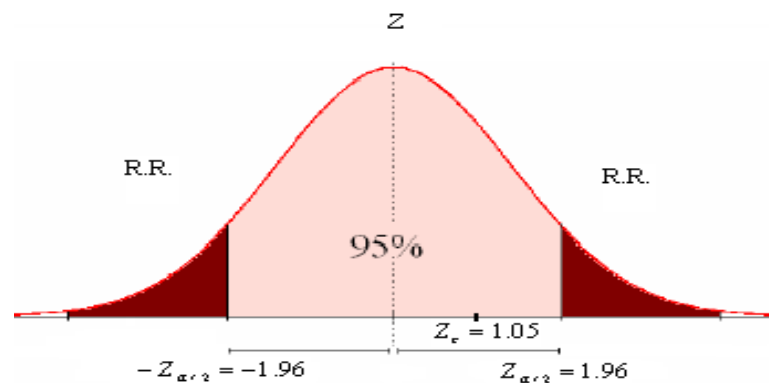
**Tabla N°42**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE**  
**OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino N = 151		Masculino N = 188		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Obstáculos para crear empresa	3.37	0.61	3.30	0.61	1.05

N=339

\* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

**Gráfica N°20**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**



#### 4.5.6 ANALISIS DE LA VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable *motivaciones para crear empresa* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la tabla N°43, permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas ( $Z = -0.73$   $p < .05$ )

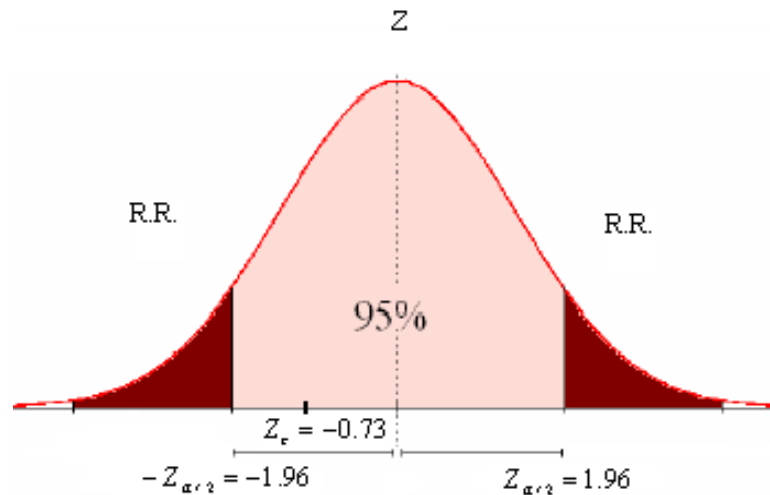
**Tabla N°43**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE**  
**ACTITUD EMPRENDEDORA SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino N = 151		Masculino N = 188		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Actitud emprendedora	2.55	0.26	2.57	0.27	-0.73

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**Gráfica N°21**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**



#### 4.5.7 ANALISIS DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable *autoeficacia emprendedora* según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la tabla N°44 permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas ( $Z = 1.12 - p < .05$ )

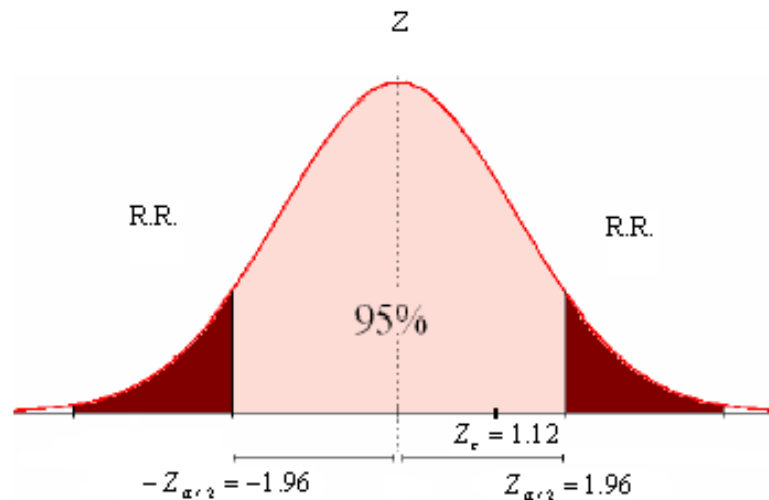
**Tabla N°44**  
**PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE**  
**AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA SEGÚN EL SEXO**

VARIABLE	Femenino N = 151		Masculino N = 188		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
Autoeficacia emprendedora	3.39	0.48	3.33	0.56	1.12

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

**Gráfica N°22**  
**DE LA REGLA DE DECISIÓN**



#### 4.5.8 ANALISIS DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO SEGÚN SEXO

El análisis de comparación de la variable motivación de logro según sexo, realizado a través de la prueba Z de diferencia de medias, presentado en la Tabla N°45 , permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas ( $Z = -2.74$   $p < .05$ ). Notándose que el sexo masculino alcanza mayores puntajes que el sexo femenino

Tabla N°45

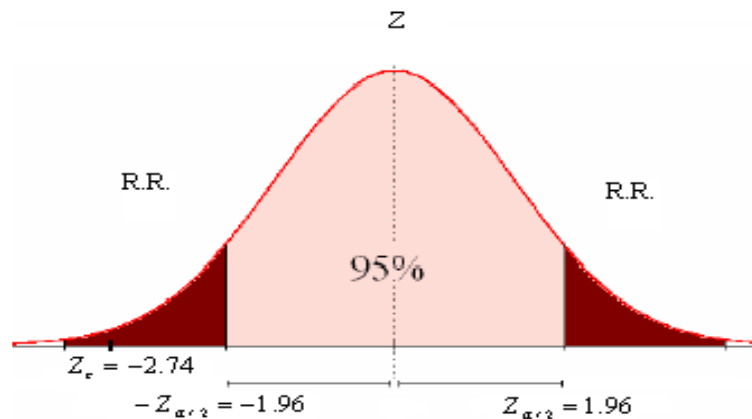
#### PRUEBA Z DE DIFERENCIA DE MEDIAS DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO SEGÚN EL SEXO

VARIABLE	Femenino		Masculino		Z
	M	D. E.	M	D. E.	
	N = 151		N = 188		
Motivación de Logro	3.60	0.45	3.75	0.52	-2.74 ***

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

Gráfica N°23  
DE LA REGLA DE DECISIÓN



#### 4.6. ANALISIS COMPARATIVO DE LAS VARIABLES SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

##### 4.6.1 ANALISIS DE LA VARIABLE INTENCION EMPRENDEDORA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA.

El análisis comparativo de la variable *intención emprendedora* según la carrera profesional de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas ( $F = 11.34$   $p < .001$ ), notándose que en el análisis de las comparaciones por pares a posteriori efectuada a través del test de Scheffé indica que los alumnos de la carrera profesional de: Administración de empresas ( $M = 5.52$ ) superaron a los alumnos de contabilidad ( $M = 4.52$ ), de Turismo ( $M = 4.19$ ) y Economía ( $M = 4.77$ ). Ver tabla N°46

Tabla N°46

#### RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE INTENCION EMPRENDEDORA

VARIABLE	Administración de empresas	Contabilidad	Turismo	Economía	F
	N = 83	N = 87	N = 83	N = 86	
	M	M	M	M	
Intención emprendedora	5.52abc	4.52 <sup>a</sup>	4.19b	4.77c	11.34 ***

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.



#### 4.6.2 ANALISIS DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

El análisis comparativo de la variable conocimientos empresariales según la carrera profesional de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas Conocimientos Empresariales ( $F = 9.62$   $p < .001$ ), notándose que en el análisis de las comparaciones por pares a posteriori efectuada a través del test de Scheffé indica que los alumnos de la carrera profesional de: Administración de empresas ( $M = 3.09$ ) superaron a los alumnos de Contabilidad ( $M = 2.79$ ), de Turismo ( $M = 2.63$ ) y Economía ( $M = 2.79$ ). Ver tabla N°47

Tabla N°47

#### RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE CONOCIMIENTOS EMPRESARIALES

	Administración de empresas N = 83	Contabilidad N = 87	Turismo N = 83	Economía N = 86	
VARIABLE	M	M	M	M	F
Conocimientos Empresariales	3.09abc	2.79 <sup>a</sup>	2.63b	2.79c	9.62 ***

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

#### 4.6.3 ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE PREPARACION EMPRESARIAL SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera profesional de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas Preparación Empresarial ( $F = 12.23$   $p < .001$ ), notándose que en el análisis de las comparaciones por pares a posteriori efectuada a través del test de Scheffé indica que los alumnos de la carrera profesional de administración ( $M = 2.95$ ) superaron a los alumnos de Contabilidad ( $M = 2.61$ ), Turismo ( $M = 2.37$ ) y Economía ( $M = 2.73$ ). (Ver tabla N° 48)

**Tabla N°48**

#### RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE PREPACION EMPRESARIAL

VARIABLE	Administración de empresas	Contabilidad	Turismo	Economía	F
	N = 83	N = 87	N = 83	N = 86	
	M	M	M	M	
Preparación Empresarial	2.95abc	2.61 <sup>a</sup>	2.37b	2.73c	12.23 ***

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

**4.6.4 ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA.**

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera profesional de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas. Ver tabla N°49.

**Tabla N°49**

**RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESA**

	<b>Administración de empresas</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>Turismo</b>	<b>Economía</b>	
	<b>N = 83</b>	<b>N = 87</b>	<b>N = 83</b>	<b>N = 86</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>F</b>
<b>Motivaciones para crear empresa</b>	3.81	3.91	3.93	3.83	1.16

N=339

\* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

#### 4.6.5 ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera profesional de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas. Ver tabla N°50.

**Tabla N°50**

#### RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA DE LA VARIABLE OBSTACULOS PARA CREAR EMPRESA

	Administración de empresas	Contabilidad	Turismo	Economía	
	N = 83	N = 87	N = 83	N = 86	
VARIABLE	M	M	M	M	F
Obstáculos para crear empresa	3.25	3.89	3.40	3.29	1.25

N=339

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

#### 4.6.6 ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor

permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas. Ver tabla N°51.

**Tabla N°51**  
**RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA**  
**DE LA VARIABLE ACTITUD EMPRENDEDORA**

	Administración de empresas	Contabilidad	Turismo	Economía	
	N = 83	N = 87	N = 83	N = 86	
VARIABLE	M	M	M	M	F
<b>Actitud emprenedora</b>	2.56	2.52	2.60	2.58	1.58

N=339

\* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

#### 4.6.7 ANALISIS DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera de profesional de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas ( $F = 2.84$   $p < .05$ ), notándose que en el análisis de las comparaciones por pares a posteriori efectuada a través del test de Scheffé indica que los alumnos de la carrera profesional de administración de empresas ( $M = 3.47$ ) superaron a los alumnos de la carrera de Contabilidad ( $M = 3.24$ ) de Turismo ( $M = 3.34$ ) y Economía ( $M = 3.39$ ). (Ver tabla N°52)

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que existen diferencias estadísticamente significativas. Ver tabla N°.51.

**Tabla N°52**  
**RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA**  
**DE LA VARIABLE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA**

	Administración de empresas N = 83	Contabilidad N = 87	Turismo N = 83	Economía N = 86	
Variables	M	M	M	M	F
<b>Autoeficacia emprendedora</b>	3.47 <sup>a</sup>	3.24 <sup>a</sup>	3.34	3.39	2.84 *

N=339

\* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

#### 4.6.8 ANALISIS COMPARATIVO DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO SEGÚN CARRERA DE PROCEDENCIA

El análisis comparativo de la variable intención emprendedora según la carrera de procedencia, realizado a través del análisis de Varianza de un factor permite apreciar que no existen diferencias estadísticamente significativas. Ver tabla N°53.

**Tabla N°53**  
**RESUMEN DEL ANALISIS DE VARIANZA**  
**DE LA VARIABLE MOTIVACION DE LOGRO**

	<b>Administración de empresas</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>Turismo</b>	<b>Economía</b>	
	<b>N = 83</b>	<b>N = 87</b>	<b>N = 83</b>	<b>N = 86</b>	
<b>VARIABLE</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>F</b>
<b>Motivación de Logro</b>	3.61	3.73	3.68	3.69	0.89

N=339

\* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

Diferencias significativas por pares de medias a través del test de Scheffé: a, b, c.

## CAPITULO V

### DISCUSION DE RESULTADOS

Se considero pertinente realizar el análisis psicométrico del conjunto de las escalas aplicadas en la presente investigación. De acuerdo a los resultados del análisis psicométrico la escala de actitudes emprendedoras presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.77 que alcanza un nivel aceptable (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett presenta un valor significativo  $\chi^2=1187.56$ ,  $gl=406$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.96 lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendado por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..

Asimismo el análisis psicométrico de la escala de motivaciones para crear empresa presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.84 que alcanza un nivel bueno (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett presenta un valor significativo  $\chi^2=608.84$ ,  $gl=55$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.81 lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendado por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..



Además el análisis psicométrico de la escala de conocimientos empresariales presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.84 que alcanza un nivel bueno (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett presenta un valor significativo  $\chi^2=1182.81$ ,  $gl=66$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.86, lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendado por Kayser (1974) por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..

También el análisis psicométrico de la escala de preparación empresarial, presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.83 que alcanza un nivel bueno (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett alcanza un valor significativo  $\chi^2=605.03$ ,  $gl=6$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.79 lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendados por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..

Asimismo el análisis psicométrico de la escala de obstáculos para la creación de una empresa. presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.85 que alcanza un nivel bueno (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett alcanza un valor significativo  $\chi^2=1544.49$ ,  $gl=136$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-

Olkin fue de 0.87 lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendado por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..

En relación a la escala de motivación de logro, el análisis psicométrico presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.83 que alcanza un nivel bueno (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett alcanza un valor significativo  $\chi^2=1670.49$ ,  $gl=153$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.85 lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendados por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..

El análisis psicométrico de la escala de autoeficacia emprendedora, presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.83 que alcanza un nivel bueno (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en la prueba de esfericidad de Bartlett alcanza un valor significativo  $\chi^2=2274.99$ ,  $gl=171$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.92 lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendado por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez.. Y coincide con la propuesta de Chen, C. C., Green, P. G. y Crick, A. (1998); De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. (1999), que se centran en el desarrollo de escalas de autoeficacia específicas al dominio de los emprendedores

Asimismo el análisis psicométrico de la escala de intención emprendedora, presenta confiabilidad y se observa que el coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach, de la escala global asciende a 0.70 que alcanza un nivel aceptable (George y Mallery 1995); y la validez de constructo en el test de esfericidad de Bartlett presenta un valor significativo  $\chi^2=138.77$ ,  $gl=28$  y  $p=.0001$ , y la prueba de adecuación de la muestra de Kayser-Meyer-Olkin fue de 0.79, lo que se encuentra entre el nivel bueno recomendado por Kayser (1974), por lo que se concluye que el instrumento presenta validez..

Los análisis de la bondad de ajuste a la curva normal realizados a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov (Siegel y Castellan, 1995) permitieron concluir que los puntajes presentan una tendencia a parecerse a la distribución normal, es decir que la intención emprendedora, conocimientos empresariales, preparación empresarial, motivaciones para crear empresa, obstáculos para crear empresa, actitud emprendedora, autoeficacia emprendedora, motivación de logro y preparación empresarial, presentaron una adecuada distribución de manera que fue factible aplicar los análisis estadísticos más óptimos y obtener resultados relevantes.

En la presente investigación como hipótesis general se postula que existe la posible influencia de la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de

ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Los resultados demuestran que el análisis de la validez del modelo propuesto alcanzó valores permitidos para demostrar que es válido el modelo propuesto, donde el test de Bondad de Ajuste Chi-Cuadrado Mínimo ( $X^2$ ) alcanzó un valor de 16.967, el cual con 10 grados de libertad alcanza una probabilidad de 0.75, que es estadísticamente significativo; la revisión de los hallazgos de los análisis complementarios de la bondad de Ajuste a través del índice de Ajuste (GFI = 0.988) y el índice de Ajuste Ponderado (AGFI = 0.956) alcanzaron valores óptimos cercanos a 1. Además el análisis del índice residual de la raíz cuadrada media del error de aproximación, que evalúa la aproximación de la matriz de covarianzas teórica con la matriz observada, alcanzó un valor pequeño (RMSEA= 0.045). Lo cual permite aceptar el modelo propuesto en el marco hipotético conceptual de esta investigación. (Ver figura 3). El análisis es corroborado por el análisis del modelo teórico propuesto de relaciones causales, a través del modelo de ecuaciones estructurales (Austin y Calderon, 1996; Bentler, 1980; Bentler, 1986; Blalock, 1985; Breckler, 1990; Duncan, 1975; Fassinger, 1987; Goldberger y Duncan, 1973; James, Muliak y Brett, 1982; Jöreskog, 1969; Long, 1983, Neale et al., 1989; Tremblay y Gardner, 1996) que analizan las “relaciones causales” y no causales entre variables que se supone miden perfectamente los conceptos bajo estudio (Heise, 1975). Estos hallazgos indicarían que los factores ambientales, motivadores, actitudinales y cognitivos se encuentran asociados a la intención emprendedora, hallazgo que señalaría que la ocurrencia de estos factores influye en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

Asimismo el análisis de las influencias específicas nos permite apreciar que existen influencia positiva de la actitud emprendedora sobre la intención emprendedora ( $\beta = 0.15$ ). Los conocimientos empresariales influyen positivamente sobre la autoeficacia emprendedora ( $\beta = 0.29$ ). La actitud emprendedora influye positivamente sobre la autoeficacia emprendedora ( $\beta = 0.29$ ). La motivación de logro influye positivamente sobre la autoeficacia emprendedora ( $\beta = 0.10$ ). Las motivaciones para crear empresa influyen positivamente sobre la autoeficacia emprendedora ( $\beta = 0.26$ ). Las motivaciones para crear empresa influyen positivamente sobre la intención emprendedora ( $\beta = 0.13$ ). Los conocimientos empresariales influyen positivamente sobre la intención emprendedora ( $\beta = 0.12$ ). La autoeficacia emprendedora influye positivamente sobre la intención emprendedora ( $\beta = 0.16$ ). Los obstáculos para crear empresa influye negativamente sobre la intención emprendedora ( $\beta = -0.16$ ). La preparación empresarial influye positivamente sobre la intención emprendedora ( $\beta = 0.25$ ). La motivación de logro influye positivamente sobre la intención emprendedora ( $\beta = 0.14$ ).

En relación a los hallazgos encontrados sobre la influencia de las actitudes emprendedoras (actitudes hacia el comportamiento), motivaciones para crear empresa (normas subjetivas) conocimientos empresariales, preparación empresarial, obstáculos para crear empresa (control percibido de la conducta), están asociados positivamente con la intención emprendedora, estos hallazgos son corroborados con el planteamiento de la teoría del comportamiento planificado de

Ajzen y Fishbein (1980) quienes postulan que la intención conductual esta influido por tres factores clave como las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido las cuales constituyen los mejores predictores aislados del comportamiento individual. Estos hallazgos coinciden con los estudios empíricos de meta-análisis realizados por Kim y Hunter (1993) quienes demostraron que las intenciones predicen con éxito el comportamiento y, las actitudes predicen con éxito las intenciones. También los hallazgos coinciden con los resultados de Moriano J, et al (2006) quien encontró correlaciones positivas en los factores actitudes hacia el comportamiento, normas subjetivas y control conductual percibido sobre la intención emprendedora en su investigación sobre “el perfil psicosocial del emprendedor universitario”. También los hallazgos coinciden con los estudios de Bhandari N. (2006) quien encontró en su estudio sobre “Intención emprendedora en los estudiantes de la India” correlaciones positivas de los factores actitudes hacia el comportamiento, normas subjetivas y control conductual percibido sobre la intención emprendedora.

También en la presente investigación se postula como la primera hipótesis específica la posible existencia de la relación significativa entre *la actitud emprendedora y la intención emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados nos demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r=0.54^{***}$ ) razón por la cual señalamos que la actitud emprendedora y la intención emprendedora son variables asociadas; es decir que una depende de la

otra y que ambas variables deberían estar presentes en la conducta emprendedora. Es decir que estos resultados nos estarían señalando que en la conducta emprendedora de los estudiantes de área de ciencias empresariales de la Universidad San Antonio Abad del Cusco participan las variables actitud emprendedora y la intención emprendedora. Esta conclusión es corroborada por el planteamiento teórico y de los investigadores conocedores del estudio de ambas variables. La literatura científica revisada y las investigaciones realizadas refuerzan estos planteamientos. Así tenemos que Ajzen y Fishbein (1980) señalan que la relación entre actitudes e intención conductual depende en gran medida de su grado de generalidad, de manera que cuanto más específica sea la actitud más fácil nos resultará predecir la conducta de la persona. Además Fishbein (1990) señala que la intención depende directamente de las actitudes y esta a su vez influye de manera directa en la conducta. Estos hallazgos coinciden con las investigaciones realizadas por Bird (1988), Krueger (1993); Boyd y Vozikis (1994); Davidsson (1995); y Autio et al (1997).

Asimismo la segunda hipótesis específica postula la posible existencia de la relación significativa entre *las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados nos demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r=0.64^{***}$ ), razón por la cual señalamos que las motivaciones para crear empresa y la intención emprendedora son variables asociadas; es decir que una depende de la otra y que ambas variables deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área

de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Estos resultados son corroborados por los planteamientos teóricos y por los investigadores concedores del estudio de ambas variables. Así tenemos que Ajzen y Fishbein (1980) proponen que la norma subjetiva se refiere a las creencias de esa persona acerca de cómo los otros evaluarán su comportamiento; este factor es estimada indirectamente a partir de los componentes a) creencias normativas y b) motivaciones para acomodarse, componentes que se refieren a las creencias acerca de cómo otros grupos de personas o instituciones (a los que se le denomina referentes) piensan que el sujeto debería de comportarse y de la motivación del sujeto para acomodarse a las directrices de los referentes los cuales se refiere a la tendencia general de las personas a ajustarse a las normas de un grupo o de un individuo de referencia. Asimismo Ajzen (1987) señala que si el individuo cree que los demás lo aceptarán su intención se fortalecerá y si cree que lo desaprobarán su intención se debilitara. Los hallazgos también coinciden con los resultados encontrados en la investigación de Brownan y Fishbein (1970) en relación a la estimación directa de la norma subjetiva y la intención conductual.

Asimismo en la tercera hipótesis específica se postula que existe relación significativa entre *los conocimientos empresariales y la intención emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados nos demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r=0.68^{***}$ ), razón por la cual señalamos que los conocimientos empresariales y la intención emprendedora son variables asociadas, es decir que una depende de la otra y que deberían estar presentes en la



conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Esta conclusión es corroborado por lo planteado por teóricos e investigadores estudiosos de ambas variables Así tenemos que Ajzen y Fishbein (1980) postulan que el factor control conductual percibido se refiere hasta que punto una persona percibe un comportamiento como difícil o fácil de llevar a cabo, este factor es equivalente a la autoeficacia planteado por A. Bandura quien señala que las percepciones de poca autoeficacia impiden actuar de manera de que saben que deberían hacerlo; este factor esta directamente relacionada con la intención emprendedora que se refiere a “la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción” Fishbein y Ajzen ( 1980). Los hallazgos encontrados son corroborados por Schifter y Ajzen (1985 en Ajzen, 1987) quienes señalan que el control percibido (factores que posibilitan el comportamiento) es exacto y su relación con la intención es directa. Además Ajzen y Fishbein (1980) señalan que el componente control conductual percibido se refiere a las creencias de control, en función de las cuales la persona establece si posee o no las capacidades o recursos necesarios para llevar acabo la conducta. Asimismo Ajzen y Fishbein (1980) postulan que el control conductual percibido es un buen índice de los recursos y oportunidades que la persona tiene disponible, por lo que basta que intente realizar la conducta para que tenga éxito

La cuarta hipótesis específica postula que existe relación significativa entre *la preparación empresarial y la intención emprendedora* en los estudiantes

del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados nos demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r=0.63^{***}$ ) razón por la cual señalamos que la preparación empresarial que se refiere a la percepción del estudiante sobre la preparación (conocimientos teóricos, experiencia y contactos o relaciones en el ámbito empresarial) para convertirse en empresario y la intención emprendedora son variables asociadas, es decir que una depende de la otra y que ambas variables deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Este planteamiento es corroborado por la teoría del comportamiento planificado de Ajzen y Fishbein (1980) quienes postulan que el control conductual percibido influye en las intenciones conductuales independientemente de las actitudes y las normas subjetivas; el control conductual percibido es un buen índice de los recursos y oportunidades que la persona tiene disponible. por lo que basta con que intente realizar la conducta para que tenga éxito. Además como señalan Schifter y Ajzen (1985) el control conductual percibido mejora el pronóstico de la intención. Asimismo Dutton (1993), Krueger y Dickson (1994), argumentan que el reconocimiento de oportunidades está condicionado por la percepción de controlabilidad y autoeficacia. Como la autoeficacia condiciona el reconocimiento de oportunidades, las percepciones de autoeficacia, también condicionarán las intenciones de emprender (Scherer et. All, 1989). De este modo la intención de emprender estará influida por el nivel preparación empresarial.

La quinta hipótesis específica postula que existe relación significativa entre *los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r= 0.36^{***}$ ) razón por la cual señalamos que los obstáculos para crear empresa y la intención emprendedora son variables asociadas es decir que una depende de la otra y que deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Esta conclusión general coincide con el planteamiento teórico, así tenemos que Ajzen (1980) señala que el factor control conductual percibido esta conformado por variables internas (percepción de capacidad, habilidad de acción) y por variables externas (oportunidad de acción, obstáculos, tiempo cooperación, etc.), y que los obstáculos no son un buen índice de los recursos y oportunidades que la persona tiene disponible, entonces la intención de emprender no tendrá éxito y por razones obvias se impediría el desarrollo de las conductas emprendedoras.

En la sexta hipótesis específica se postula que existe relación significativa entre *la motivación de logro y la intención emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Los resultados demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r=0.57^{***}$ ) razón por la cual señalamos que la motivación de logro y la intención emprendedora son variables asociadas es decir que una depende de la otra y que deberían de estar presentes en la conducta emprendedora de los

estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Este planteamiento coincide con lo planteado por teóricos e investigadores de ambas variables. Así tenemos que McClelland afirma que la activación de un motivo de logro prepara a la persona para que realice ciertas conductas; realice tareas moderadamente desafiantes; y persista en estas tareas; persiga el éxito laboral y la actividad empresarial innovadora e independiente. Los hallazgos son corroborados por los estudios de McClelland, quien descubrió correlación positiva entre las necesidades de realización y la actividad emprendedora centrándose en la actuación de los gerentes de grandes organizaciones. Las conclusiones de las investigaciones realizadas por McClelland en 1961 y 1965, señalan que una elevada motivación de logro influye en la decisión de convertirse en empresario por lo tanto es una característica importante de la conducta emprendedora; estos resultados fueron corroborados por investigaciones posteriores realizadas por Smith y Miner (1984); Szipersky y Kland (1968) Entrialgo, M. Fernández, E. y Vásquez, C. (1999).

En la séptima hipótesis se postula que existe relación significativa entre *la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados demuestran que dicha asociación es positiva y significativa ( $r= 0.37$ ), razón por la cual señalamos que la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora son variables asociadas es decir que una depende de la otra. Estos hallazgos indicarían que la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación

de nueva empresa y la intención emprendedora son importantes para la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Este planteamiento es corroborado por el planteamiento teórico y por investigaciones realizadas en relación de ambas variables. Así tenemos que para Bandura (1997) la autoeficacia representa un mecanismo cognitivo que media entre el conocimiento y la acción es que determina, junto con otras variables, el éxito de las propias acciones; estas creencias de autoeficacia son mejores predictores de la conducta futura que las habilidades, los logros anteriores, o el conocimiento que el sujeto posea de la actividad a realizar, ya que la autoeficacia va a determinar que hace el sujeto con el conocimiento o las habilidades que posee. Sin embargo, un funcionamiento competente requiere tanto precisión en las autopercepciones de eficacia como la posesión de habilidades reales y el conocimiento de la actividad a realizar, así como de los juicios del sujeto acerca de los resultados más probables que una conducta determinada producirá (expectativas de resultados). Todos estos componentes mantienen entre sí relaciones complejas que deben ser consideradas toda vez que se pretenda estudiar la utilidad predictiva de las creencias de autoeficacia. También los hallazgos coinciden con la investigación transcultural realizada por Jung, E., De Noble y Bok (2001) que realizaron para examinar el papel de la autoeficacia sobre la intención emprendedora, donde encontraron una correlación positiva y significativa entre la autoeficacia y la intención emprendedora. Por su parte los estudios de Chen, y otros., (1998); Golden y Cooke (1998), Boyd y Vozikis (1994), Krueger y Brazeal (1994), afirman que los

individuos pueden ser emprendedores si creen que poseen las habilidades necesarias para funcionar en tal ambiente.

En la octava hipótesis se postula que existe relación significativa entre *la actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados demuestran que dicha asociación es positiva y significativa, ( $r=.38^{***}$ ), razón por la cual señalamos que la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora son variables asociadas es decir que una depende de la otra y que deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Esta conclusión general es corroborada por el planteamiento teórico y por investigadores estudiosos de ambas variables. Así Fishbein y Ajzen en la teoría del comportamiento planificado señalan que la actitud hacia una determinada acción es el grado en que una persona evalúa de una manera favorable o desfavorable el comportamiento en cuestión; además señalan que para que seamos capaces de prever la intención de una persona en practicar determinada conducta es necesario determinar empíricamente cuales son sus actitudes en relación con la conducta. Asimismo Chen, C. C., Green, P. G. y Crick, A. (1998); De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. señalan que los individuos podrían estar más inclinados a trabajar por su cuenta si creen que poseen las habilidades necesarias para conseguir liderar con éxito su propio negocio; respaldados en la teoría de Bandura A. (1997) quien define la autoeficacia como “los juicios que cada individuo tiene sobre sus capacidades, en base a los cuales

organizará y ejecutará sus actos de modo que le permitan alcanzar el rendimiento deseado”.

La novena hipótesis postula que existe una relación significativa entre *motivaciones para crear empresa y autoeficacia emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados reflejan que existe correlación positiva y significativa ( $r=0.47^{***}$ ), razón por la cual señalamos que las motivaciones para crear empresa y la autoeficacia emprendedora son variables asociadas es decir que una depende de la otra y que deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. En el ámbito de los emprendedores, las creencias sobre los que piensan los otros de los estudiantes del área de ciencias empresariales es que se orienten a la creación de su propia empresa si en primer lugar piensan que dicha acciones tendrá consecuencias positivas como la disminución del desempleo y en segundo lugar si su grupo de referencia espera que el sujeto se comprometa y este motivado para acomodarse a esta expectativa. Esta conclusión general es corroborada en el planteamiento teórico de de Ajzen y Fishbein que consideran como uno de los factores ambientales que más influencia puede tener sobre la conducta manifiesta es la norma subjetiva es decir lo que los otros relevantes esperan que haga una persona; así la norma subjetiva surgirá a partir de las creencias del sujeto acerca de lo que el grupo piensa que se debe hacer (creencias normativas) y la motivación para acomodarse a las exigencias del grupo. Por su parte Bandura (1997), señala que la motivación humana, en general, es generada

cognitivamente; y plantea que las creencias de eficacia tienen una función importante en la regulación cognitiva de la motivación. La gente se motiva a sí misma y planifica sus acciones deliberadamente hacia el logro anticipado de acuerdo con sus creencias. Los individuos que tienen creencias fuertes en sus capacidades ven las tareas difíciles como retos a ser conseguidos más que como amenazas para ser evitados.

La décima hipótesis postula que existe una relación significativa entre *la motivación de logro y autoeficacia emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. El resultado indica que existe correlación positiva y significativa ( $r= 0.74^{***}$ ), razón por la cual señalamos que la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora son variables asociadas, es decir que una depende de la otra y que deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Esta conclusión coincide con los planteamientos teóricos y por investigadores estudiosos de ambas variables. Así McClelland (1968), afirma que si una persona está motivada a buscar éxito en el área empresarial entonces obtendrá los conocimientos necesarios para crear su propia empresa; tal como indica el principal motivo que está detrás de un comportamiento empresarial es la necesidad de logro (McClelland, 1968). A diferencia de los hallazgos de Dodobara, F (2005) quien no encontró relaciones significativas entre motivación de logro y autoeficacia en su estudio realizado desde el enfoque educativo.



La undécima hipótesis postula que existe una relación significativa entre *los conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora* en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. El resultado indica que existe correlación positivas y significativa ( $r=0.65^{***}$ ), razón por la cual señalamos que la conocimientos empresariales y la autoeficacia emprendedora son variables asociadas es decir que una depende de la otra y que deberían estar presentes en la conducta emprendedora de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. El planteamiento es corroborado con la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1975), que establece que las capacidades o recursos necesarios para llevar a cabo una actividad, en este caso el factor facilitador es el conocimiento empresarial, lo cual señalaría que existe una adecuada relación con la creencia en sus propias habilidades (Bandura, 1987). Estos hallazgos señalarían una relación significativa y poderosa para la decisión de la creación de su propia empresa de los estudiantes del área de ciencias empresariales.

La duodécima hipótesis postula que existen diferencias significativas en *la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora* según el sexo en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Los resultados indican que existen diferencias significativas según el sexo y que los estudiantes del sexo

masculino alcanzan mayor intención emprendedora y mayor motivación de logro en el ámbito de los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

La décima tercera hipótesis postula que existen diferencias significativas en *la actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, los obstáculos para crear empresa, la motivación de logro, la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora* según la procedencia de la carrera profesional. Los resultados demostraron que los estudiantes de la carrera profesional de Administración de empresas alcanzan mayor intención emprendedora; conocimientos empresariales; preparación empresarial, y mayor autoeficacia emprendedora. Estos hallazgos señalarían con que intensidad están dispuestos los estudiantes de ciencias administrativas a ejecutar el comportamiento emprendedor lo que es corroborado por Fishbein y Ajzen (1989) quienes señalan “la intención influye directamente a la conducta como indicador de con que intensidad se esta dispuesto a intentar el comportamiento en cuestión”; también estos hallazgos señalarían que los estudiantes de administración de empresas tienen mayores intenciones hacia la creación de su propia empresa, respaldados en los factores psicológicos que determinan la intención emprendedora.

Como se puede apreciar, estos hallazgos permiten arrojar nuevas luces desde el enfoque psicológico, en relación al estudio del sujeto emprendedor. A partir de esto podemos señalar que la persona que se plantea el reto de poner en

marcha un negocio propio debe desarrollar múltiples habilidades psicológicas para superar con éxito las duras fases del diseño, puesta en marcha y primeros meses de vida de la empresa.

Las personas que son verdaderamente emprendedoras y que triunfan tienen la capacidad de aprender de sus fracasos y errores, y de obtener y desarrollar el valor para seguir adelante, volviendo a retomar una y otra vez el proyecto hasta llevarlo por el buen camino.

Dentro de las características que se encuentran en un emprendedor como: planificador, estratega, creativo, soñador, la forma en que se plantean las decisiones, y se actúa en determinadas situaciones dejan de ser expresiones innatas, para pasar a ser cosas que se pueden aprender y dominar desarrollando un correcto proceso de entrenamiento.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 CONCLUSIONES

1. La presente investigación al aplicar el análisis de modelo de ecuaciones estructurales hace una aportación significativa a la literatura empírica que estudia la influencia de factores psicológicos, factores motivacionales y factores cognitivos como la autoeficacia sobre la intención emprendedora en los estudiantes del área de ciencias empresariales. La teoría del comportamiento Planificado de Ajzen y Fishbein ha sido identificada como el marco teórico conceptual más apropiado para el estudio de la influencia que ejercen los factores actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas, y el control conductual percibido. Dicha teoría resulta acertada y permite integrar el análisis de los factores actitud emprendedora, las motivaciones para crear empresa, los conocimientos empresariales, la preparación empresarial, y obstáculos para crear empresa sobre la intención emprendedora. Asimismo las teorías de McClelland y A. Bandura permiten considerar la motivación de logro y la autoeficacia emprendedora sobre la intención emprendedora en el contexto emprendedor particular bajo estudio. Desde la perspectiva de la situación económica que atraviesa la Región Cusco este análisis resulta de particular importancia por la relevancia para el futuro económico de nuestro país.

2. El análisis del modelo de relaciones causales propuesto para los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco alcanza valores permitidos lo que permite concluir que el modelo es aceptado para el contexto de estudio.
3. Analizando la relación entre *la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora*, se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
4. Analizando la relación entre *motivaciones para crear empresa e intención emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
5. Analizando la relación entre *conocimientos empresariales e intención emprendedora*, se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
6. Analizando la relación entre *la preparación empresarial e intención emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

- 7 Analizando la relación entre *obstáculos para crear empresa e intención emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- 8 Analizando la relación entre la *motivación de logro e intención emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- 9 Analizando la relación entre la *autoeficacia emprendedora e intención emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- 10 Analizando la relación entre la *actitud emprendedora y Autoeficacia emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- 11 Analizando la relación entre *motivaciones para crear empresa y autoeficacia emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de

ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

- 12 Analizando la relación entre la *motivación de logro y autoeficacia emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- 13 Analizando la relación entre *conocimientos empresariales y autoeficacia emprendedora* se encontró una correlación positiva y significativa en el contexto de los estudiantes universitarios del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- 14 Los estudiantes varones del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, presentan mayor intencionalidad emprendedora y mayor motivación de logro. Lo cual presenta un potencial mayor para la creación de empresa en la Región Cusco.
- 17 Los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración de empresas presentan mayor intencionalidad emprendedora Asimismo presentan mayor nivel de conocimientos empresariales y mayor nivel de preparación empresarial y además mayor nivel de autoeficacia emprendedora. Lo cual representa un potencial para la creación de empresas en la Región Cusco.

## 4.2 RECOMENDACIONES

El nuevo contexto social exige que los estudiantes del área de ciencias empresariales estén orientados a emprender o a crear su propia empresa, lo que exige realizar mayores investigaciones desde el enfoque psicológico en relación a las intenciones emprendedoras, de los estudiantes universitarios específicamente del área de ciencias empresariales; asumiendo que la intención emprendedora es un buen predictor del comportamiento emprendedor.

Desarrollar mayores investigaciones en relación a la asociación de las variables actitudes emprendedoras (actitudes hacia la conducta), Motivaciones para crear empresa (Norma subjetiva), Conocimientos empresariales, preparación empresarial, Obstáculos para crear empresa (Control Conductual percibido), Motivación de logro y Autoeficacia emprendedora.

Desarrollar mayores investigaciones en relación a las intenciones emprendedoras, a través de estudios de análisis multivariantes centradas en factores psicológicos motivadores, cognitivos, actitudinales, etc. que impulsen el desarrollo de las intenciones emprendedoras.

Desarrollar investigaciones en relación a las intenciones emprendedoras, tomando como base al modelo propuesto e incluyendo otras variables como: liderazgo, empowerment, etc.



Desarrollar investigaciones utilizando el modelo propuesto, con idénticos instrumentos y metodología en grupos de empresarios y no empresarios, tanto en el ámbito local y nacional.

## BIBLIOGRAFIA

Atkinson, J.W. (1957): Motivational determinants of risk-taking behaviour. *Psychological Review*, 64, 359-372.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-all.

Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 248-287

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy : the exercise of control*. Nueva York: W.H. Freeman.

Baron, R., Markman, Gideon D. (1999). Mecanismos cognitivos: Diferencias potenciales entre emprendedores y no emprendedores. Lally School of Management & Technology. Recuperado en [on line] [http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/III/III\\_A/III\\_A.html](http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/III/III_A/III_A.html)

Baron, R.M. y Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1.173-1.182. <http://www.psicothema.com/pdf/3183.pdf>

Bird, B. (1988) Implementing Entrepreneurial Ideas: The case for intencion, *Academy of management Review* 13(3), p442-453

Beas, I., Llorens, S. y Cifre, Eva (2001). Autoeficacia para la búsqueda de empleo en jóvenes universitarios de la Universitat Jaume I de Castellón. Recuperado el 13 de septiembre del 2006 de <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi5/abe.pdf>

Boyd, n. G. & vozikis, g. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18 (4), 63-77.

Bueno, E. y Morcillo, P. (1997). *Dirección estratégica por competencias básicas distintivas: propuestas de un modelo*. Documentos IADE, nº 51. Madrid.

Bhandari N. (2006) Intention for Entrepreneurship among Students in India *Journal of Entrepreneurship*, 15, (2), p69-179

Carton, R.B.; Hofer, C.W.; Meeks, M. (1998) The Entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society, Terry College of business, The University of Georgia.

Castillo, A. 1999. Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile. Disponible en [http://www.intec.cl/documentos\\_linea/ARI2487-](http://www.intec.cl/documentos_linea/ARI2487-)

- Chen, C.C; Green, P.G; & Crick, A (1998). "Does entrepreneurs self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?" *Journal of Business Venturing*, 13 (4): 295-316.
- Chen, I. (1948): "Behavioral theory and the behavior of attitudes: some critical comments". 55: 175-188.
- Cooper, A. C., Hornaday, J. A., Vesper, K. (1997). "The field of entrepreneurship over time". *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College
- Cofer, C. y Appley, M. (1996) *Psicología de la motivación: Teoría e investigación*. Mexico:Trillas.
- Choliz, M. (2004) *Psicología de los motivos sociales*. Madrid, España: McGraw
- McClelland, Atkinson, Clark y Lowell, (1953) *EL motivo del logro*. Van Nostrand: Princeton
- De Noble, A. F; Dong J. y Sanford B. E. (1999) *Entrepreneurial self-efficacy. The Development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*, San Diego state University. Recuperado el 20 de noviembre del 2006, de [http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/1/1\\_C/IC.html](http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/1/1_C/IC.html).
- De noble, a., jung, d. & ehrlich, s. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions*. Trabajo presentado al Comunicación presentada en el Frontiers of Entrepreneurship Research, Waltham.
- Dodobar, F. (2005). Relación entre motivación de logro académico, la autoeficacia y la disposición para la realización de una tesis. *Revista de Investigación de la facultad de psicología de la Universidad de Lima*, 8(6), 145-170.
- Escobar, C. y Aguilar R 2002 *Motivación y conducta: sus bases biológicas*. México D.F.: EL manual moderno, S.A
- Entrialgo, M. Fernandez,E. y Vásquez, C. (1999) Las características del propietario/directivo de la PYME como factores determinantes de su comportamiento emprendedor "Boletín de estudios económicos" 54 (168), p405-424.
- Fazio, R. H. (1989). On the power and functionality of attitudes: The role of attitude accessibility. En A.R. Pratkanis, S.J. Breckler, y A.G. Greenwald (Eds.), *Attitude structure and function* (pp. 153–179). Hillsdale, NJ: Lawrence.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975) *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introductory to theory and Research*, New York: Addison Wesley

Furnham, A. (2001), *Psicología Organizacional: El comportamiento del Individuo en las Organizaciones*. México: Oxford.

Fernandez-Abascal E., Martin, M., Domínguez J. (2001) *Procesos psicológicos*. Madrid, España: Pirámide.

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975): *Belief, attitude, intention and behaviour. AN introduction to theory and research*. Reading MA: Addison Wesley

Fortín, P. (1992). *Devenez entrepreneur*. Québec, Canadá: Les éditions Transcontinental's inc. 2<sup>a</sup> edition.

Franke N., y Lüthje, C. (2003) Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), p269-288.

French, E.G. (1956): Motivation as a variable of work-partner selection. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, 96-99.

García J., Cano C., y Gea A. (2003). Actitudes emprendedoras en estudiantes universitarios y empresarios. Evidencias de validez de un instrumento. *Revista Electrónica de la Federación española de Asociaciones de Psicología*, ISSN, 10, (8), 722-741. Recuperado el 13 de noviembre del 2006, de [http://www.fedap.es/IberPsicologia/iberpsi10/congreso\\_lisboa/garcia2/garcia2.htm](http://www.fedap.es/IberPsicologia/iberpsi10/congreso_lisboa/garcia2/garcia2.htm)

Garrido, I. (2002). *Psicología de la Motivación*. Salamanca, España: Síntesis

Galbraith C. y Lhatam D. (1996) "Reluctant entrepreneurs factors of anticipation satisfaction success". *Frontiers of entrepreneurship Research Babson College Babson Park Wellesley Massachusetts*

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., (2003 *Metodología de la investigación* (3ra Ed.). México D.F.: MacGrawHill

Hellriegel, Slocum, Woodman (1999) *Comportamiento Organizacional*. México: International Thompson Publishing. SA de CV.

Herron, L. & Robinson, R.B. (1993). "A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance" *Journal of Business Venturing*, 8, 281-294

Ibáñez R. (2000) Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Tesis doctoral no publicada. Universidad de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

Jung, d. I., Ehrlich, s. B., de noble, a. F. & Baik, k. B. (2001). Entrepreneurial Self-Efficacy and its Relationship to Entrepreneurial

Actions: A Comparative Study between the US and Korea. *Management International*, 6 (1), 41-53.

Katz, J.A. (1992) A Psychosocial Cognitive Model of Employment Status

Kerlinger F. (1997) Investigación del comportamiento. Mexico D.F. McGraw Hill

Kim, M.-S. y Hunter, J. E. (1993), Relationships Among Attitudes, Behavioural Intentions, and Behaviour .A Meta-Analysis of Past Research, Part 2, *Communication Research*, 20 (3), 331-364.

Krueger, N. F. y Brazeal, D. V. (1994), Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, (3), 91-104.

Liñán, F. (2004): Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad, Tesis Doctoral, Dpto. Economía Aplicada I, Universidad de Sevilla, Sevilla.

Mateu. J.M. (1999): "La decisión de emprender" en *Iniciativa emprendedora y Empresa Familiar*. Bilbao: Ediciones Deusto. 19, (Noviembre-Diciembre), 20-25.

Markman, g. D., balkin, d. B. & baron, r. A. (2002). Inventors and new venture formation: the effects of general self-efficacy And regretful thinking. *Entrepreneurship theory and practice*, 27 (2), 149-165.

McClelland, D.C. (1976). *The Achieving Society*. New York, Irvington Publishers. Original edition: Princeton, New Jersey, Van Nostrand, 1961. See also: New York: Free Press Paperback, 1967.

McClelland (1985). \_Entrepreneurship education and training in Canada: a critical assessment *Investigation psychological*, 11(4) pp. 276-279.

Ministerio de trabajo y promocion social. (2005) *Informe Situación laboral de los jóvenes en la ciudad del Cusco*. Proyecto Observatorio Socio Económico del Cusco.

Moriano J, et al (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario, *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones UEA*. 22(1), p75-99.

Moriano, J.A., Trejo, E. y Palací, F.J. (2001). *El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores*. Revista de Psicología Social, 16(2), 229-242

Moriano, J. A. y Palací, F. J. (2005) Un estudio transcultural sobre las características psicológicas y sociales de Los emprendedores en España, LA Palmero, F., Fernández, E. Martínez, F., Cholí, M. (2002) *Psicología de la motivación y emoción*. Madrid, España: McGraw.

- Moliner, M. (1975): *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
- Morcillo, P. & Cubeiro, S. (1998). "Documento sobre la dirección y gestión por competencias" en *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas* (AECA).
- Republica Checa y Bulgaria. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 5(8). p 453-472.
- Orti G. A. (2002). Fomento de la iniciativa emprendedora en el estudiante universitario: la autoeficacia percibida emprendedora, *Revista de investigación Universidad de Sevilla*. Recuperado el 13 de septiembre del 2006 de la base de datos PsyArticles.
- Organización Internacional del Trabajo. (2004). *Informe Tendencias mundiales del empleo juvenil*. . Ginebra: Elder S. y Schmidt D.
- O'Malley, M.N. y Schubarth, G. (1984) Fairness and appeasement: Achievement and affiliation motives in interpersonal relations. *Social Psychology Quarterly*, 47, 364-371.
- Palací, f. J. & moriano, j. A. (2003). Inserción laboral a través del autoempleo. En j. A. Moriano (ed.), *el nuevo mercado laboral: Estrategias de inserción y desarrollo profesional* (pp. 91-126). Madrid: UNED.
- Rusque, A., Ramirez, S., Torres, G., Guzmán S., Castillo, C. (1998, Noviembre) Capacidad Emprendedora, de la Comunidad Europea. XII congreso Latino americano del espíritu empresarial para el desarrollo socio-económico y tecnológico en Latinoamérica para el siglo XXI. Universidad ICESI, Colombia.
- Ravazzola, C. (1993, abril). *La perspectiva del género en psicoterapia*. Trabajo presentado en el Seminario realizado en la Escuela de Psicología de la Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.
- Reynolds, P. White, (1997) *The Entrepreneurial process*. Wesport, CT: Greenwood Publishing.
- Rosenberg, M.J. y Hovland, C.I. (1960): "Cognitive, affective, and behavioral components of attitude".
- Soler, J.M. (21-7-98). Consultor independiente de NCP-96 España. S.L. en Barcelona. E-mail: ncp-96@conexis.es
- Sonnenfelt, J. y Kotter, J.P. (1982): "The maturation of career theory". *Human Relation*. 35, 19-46.

Switzer, R. y Taylor, R.B. (1983): Sociability ad privacy of residential choices: Impacts of personality and local social ties. *Basic and Applied Social Psychology*, 4, p 123-136.

Trejo, E. (1998). "Competencias personales del Emprendedor" en *Congreso Nacional de psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Valladolid. Conferencia. 3-Junio-98.

Trejo, E; Palací, F; Moriano, J.A. y Sánchez, M.L. (2002). "Actitudes emprendedoras de los estudiantes de FP en Castilla y León" [on line]<http://www.emprendiendo.com/admin/archivos/termometro/Resumen%20estudio%20CYL.pdf>

Thornberry, G. (2003). Relación entre motivación de logro y rendimiento académico en alumnos de colegios limeños de diferente gestión. *Revista de Investigación de la facultad de psicología de la Universidad de Lima*, 6, 197-216.

Thurstone, L. (1927): "The method of paired comparison for social values". , 21: 384-400.

UNESCO (1997). Manifiesto sobre Educación. Recuperado el 25 de Agosto de 2006, de [http:// WWW. Unesco.org/cultura/creativity/htemel/sp\\_/index.sp\\_2811](http://WWW.Unesco.org/cultura/creativity/htemel/sp_/index.sp_2811).

UNESCO (1997) Declaración mundial SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR ENEL SIGLO XXI y marco de acción prioritaria par el cambio y desarrollo de la educación

Valiante G. (2000). *Writing Self-efficacy and Gender Orientation. A developmental Perspective. A Dissertation Proposal*. Atlanta: Emory University.

Veciana J.M. (1980): "Un concepto empírico del empresario". *Revista Económica de Banca Catalana*. 4 (2), p10-25.

Vicuña. L (1998). Disposición psicológica y expectativas del estudiante universitario para la formación de empresas y el rol gerencial. *Revista de Investigaciones Psicológicas UNMSM*, 1(1), p119-132.

Vicuña. L (2004). La motivación de logros y el auto concepto en estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Revista de Investigaciones Psicológicas*. 7(2), 137-153.

Welsh, L. (1991) "Self-concept as a mediating factor in delinquency". 46, p11-22

McClelland, D. (1961) *The achieving society*. D. Van Nostrand. Prenciton

McClelland, D. (1965) Achievement motivation can be developed. *Harvard Business Review*; Noviembre –diciembre p. 6-25

Smith y Miner (1984) "Type of entrepreneur, Type of firm and managerial motivation; implications for organizational life cycle ". Frontiers of entrepreneurship Research Babson College. Babson Park Wellesley Massachusetts

Szipersky y Kland (1968) "New concepts in entrepreneurial testing" frontiers of entrepreneurship Research Babson College Babson Park Wellesley Massachusetts