



Universidad César Vallejo

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Factor determinante en las actitudes de emprendimiento desde la percepción de estudiantes de una universidad privada de Lima, 2024

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Administración de Negocios - MBA

**AUTORA:**

Todco Torres, Grecia Hillary ([orcid.org/0009-0004-4589-7103](https://orcid.org/0009-0004-4589-7103))

**ASESORES:**

Dr. Espinoza Casco, Roque Juan ([orcid.org/0000-0002-1637-9815](https://orcid.org/0000-0002-1637-9815))

Dr. Sanchez Diaz, Sebastian ([orcid.org/0000-0002-0099-7694](https://orcid.org/0000-0002-0099-7694))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerencias Funcionales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2024



**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ESPINOZA CASCO ROQUE JUAN, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "FACTOR DETERMINANTE EN LAS ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO DESDE LA PERCEPCIÓN DE ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA, 2024", cuyo autor es TODCO TORRES GRECIA HILLARY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 14 de Julio del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ESPINOZA CASCO ROQUE JUAN <b>DNI:</b> 07766626 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1637-9815	Firmado electrónicamente por: JESPINOZA el 16-07- 2024 06:14:31

Código documento Trilce: TRI - 0814866

# Declaratoria de originalidad de la autora



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

## **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, TODCO TORRES GRECIA HILLARY estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "FACTOR DETERMINANTE EN LAS ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO DESDE LA PERCEPCIÓN DE ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA, 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
GRECIA HILLARY TODCO TORRES DNI: 72618078 ORCID: 0009-0004-4589-7103	Firmado electrónicamente por: GTODCO el 14-07- 2024 22:46:03

Código documento Trilce: TRI - 0814865

### **Dedicatoria**

Quiero dedicar esta tesis a mi madre Fatima Torres, a mi padre Ricardo Todco y a mi ángel que está en el cielo, mi abuelita Noe.

## **Agradecimiento**

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy; muchos de mis logros se los debo a ustedes. En especial a mi madre, sin ella no lo habría logrado.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	ii
Declaratoria de originalidad de la autora .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas .....	vii
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>11</b>
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>14</b>
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>23</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>27</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>29</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>30</b>
<b>ANEXOS</b>	

## Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Nivel de actitudes de emprendimiento</i>	14
Tabla 2 <i>Nivel de factores determinantes en actitudes emprendedoras</i>	15
Tabla 3 <i>Actitudes emprendedoras por rango de edad</i>	16
Tabla 4 <i>Actitudes emprendedoras por género</i>	17
Tabla 5 <i>Rangos promedio en HG</i>	18
Tabla 6 <i>Rangos promedio en HE 1</i>	19
Tabla 7 <i>Rangos promedio en HE 2</i>	19
Tabla 8 <i>Rangos promedio en HE 3</i>	20
Tabla 9 <i>Rangos promedio en HE 4</i>	21
Tabla 10 <i>Rangos promedio en HE 5</i>	22

## Resumen

El objetivo general fue Determinar el nivel de las actitudes de emprendimiento desde la percepción de los estudiantes de tres carreras universitarias. El estudio aporta al ODS ocho en la promoción del trabajo decente y el crecimiento económico de un país a través del emprendimiento como meta de la Agenda 2030 (CEPAL, 2018). Fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño descriptivo comparativo. La muestra no probabilística fue constituida por 1000 universitarios de las carreras: Administración (327), Marketing (409) y Negocios internacionales (264). Se aplicó un instrumento elaborado por (Montufar, 2020), para recoger datos que se procesaron estadísticamente de manera descriptiva y la comprobación de las hipótesis planteadas. Estadísticamente, se determinó que el factor predominante en las actitudes emprendedoras con alto nivel la tendencia a dichas actividades tanto en alumnos de Marketing con 80,7% como para los de administración con 63,9%; sin embargo, es bajo para los de Negocios I., con 53%. La diferencia de rangos promedio entre carreras profesionales: Marketing (617,31); Administración (503,21) y Negocios I. (316.18); además, el estadístico K. Wallis con  $p=0,000<0,05$  permitieron rechazar la  $H_0$  y probar que existen diferencias significativas en los niveles de las actitudes de emprendimiento según percepción de los estudiantes.

**Palabras clave:** Actitudes de emprendimiento, estudiantes universitarios, trabajo decente.

## Abstract

The general objective was to determine the level of entrepreneurship attitudes from the perception of students of three university careers. The study contributes to SDG eight in the promotion of decent work and economic growth of a country through entrepreneurship as a goal of the 2030 Agenda (ECLAC, 2018). It was of quantitative approach, applied type, descriptive comparative design. The non-probabilistic sample was constituted by 1000 university students of the careers: Administration (327), Marketing (409) and International Business (264). An instrument elaborated by (Montufar, 2020) was applied to collect data that were statistically processed in a descriptive manner and to test the hypotheses proposed. Statistically, it was determined that the predominant factor in entrepreneurial attitudes with high level is the tendency to such activities both in Marketing students with 80.7% and in Administration students with 63.9%; however, it is low for Business I. students, with 53%. The difference in average ranks between professional careers: Marketing (617.31); Administration (503.21) and Business I. (316.18); in addition, the K. Wallis statistic with  $p=0.000<0.000$ , with  $p=0.000<0.000$ , shows a high tendency to engage in such activities. Wallis statistic with  $p=0.000<0.05$  allowed rejecting the  $H_0$  and proving that there are significant differences in the levels of entrepreneurship attitudes according to students' perception.

**Keywords:** Entrepreneurship attitudes, university students, decent work.

## I. INTRODUCCIÓN

Promover el trabajo decente y el crecimiento económico de un país a través del emprendimiento es una meta del Objetivo ocho de la Agenda 2030 (ONU, 2018); las personas que ejercen esta actividad satisfacen necesidades de una comunidad y así acrecientan sus ingresos (Sumba-Bustamante et al., 2020); asimismo, genera cambios en los tradicionales modelos de negocio y se adaptan al mercado creando valor y benefician el desarrollo económico de la nación (Lezana et al., 2022). En ese contexto, el emprendimiento es una propuesta de valor con la determinación de buscar oportunidad de negocio y superar obstáculos empresariales (Rodríguez, 2024). Por consiguiente, las actitudes de emprendimiento son vitales para generar actividad económica individual de un país y toma particular relevancia (Leal et al., 2021).

A nivel mundial, el emprendimiento fue una necesidad de autoempleo para muchas familias ante la falta de trabajo que ocasionó el estar aislados socialmente por la emergencia sanitaria de COVID-19 que afectó y sigue afectando la economía empresarial; por el cierre de muchas empresas provocando afectación en los gastos de presupuesto para alimentación y educación conllevando que muchos universitarios dejaran de estudiar (Portillo & Marin, 2020); en tal sentido, la COVID-19 fue un acelerador para peregrinar de lo empresarial al emprendimiento (Sánchez-Bayón, 2020). Asimismo, en España al muchos desempleados adquirieron capacidades para reinventarse y organizarse de forma colaborativa y social (RED GEM ESPAÑA, 2020). Por esa razón, el emprendimiento genera autoempleo y ayuda económicamente a las familias.

En América Latina, entre el 2023 y 2024 el emprendimiento creció en diversas actividades como el turismo en un 34%; el comercio electrónico en un 55%; la tendencia de la inteligencia artificial con la aplicación de software para pagos electrónicos; el entretenimiento digital en plataformas de streaming como WhatsApp, Instagram, YouTube y TikTok; la educación en línea mediante plataformas con contenido pedagógico; las exportaciones de alimentos; los servicios de estética y

bienestar; las franquicias crecieron en un 90% según el estudio de (Rodríguez, 2024).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) informó que de cada diez varones que emprenden existen seis mujeres que también emprenden; es decir, que un 84% son de género masculino y solamente el 16% son mujeres (GEM, 2022). El liderazgo emprendedor se manifiesta más en hombres, por adoptar conductas de riesgo; sin embargo, las mujeres han demostrado un aumento en su participación del crecimiento económico a través del autoempleo (Oliver et al., 2022). Asimismo, se comprobó que un 84% de jóvenes españoles hacen emprendimiento y solo el 16% de adultos (Alarcos, 2021). Cabe mencionar que las universidades están dictando cursos y eventos para desarrollar competencias emprendedoras como el liderazgo en sus estudiantes y estimularlos así a emprender (OECD/DB, 2022). Tal es así que, un 79,9% de los estudiantes emprendedores manifiestan su intención de continuar siéndolo después de concluir sus estudios universitarios (Ruiz-Navarro et al., 2021). Por tanto, es preciso eliminar la existencia de la brecha de género en el emprendimiento.

En el Perú, se crearon 75,712 empresas en el 2023 representando un aumento del 15,2% y ubica a nuestro país en el tercer lugar en emprendimiento con 102 emprendedores formales que han generado alrededor de 340 mil empleos directos (CCL, 2024). El emprendimiento juega un importante papel en el desarrollo y crecimiento sostenido de la economía y de los negocios tras la inestabilidad política y social (Forbes, 2024). Al primer trimestre del 2024 la PEA aumentó en un 0,8% del 2023 significando que un 55,9% en varones y 44,1% en mujeres; respecto a la población con desempleo (NO PEA) es del 6,4% (INEI, 2024). Alrededor del 54% de peruanos iniciaron su propio negocio como es la venta de productos vía internet y de manera física, brindar servicios; asimismo, otro grupo que representó al 36% consideraron iniciar uno; asimismo, tres de cada diez ciudadanos (31%) iniciaron un negocio, mientras que un 29% tiene la intención de hacerlo (Ipsos, 2022). Por otro lado, el 80% de los desempleados peruanos que decidieron emprender tenían alrededor de 50 años de edad, muchos estudiantes universitarios, profesionales, técnicos y operarios (América Retail, 2022). Además, más del 20% emprendieron por internet y se adaptaron a vender y/o brindar servicios de forma remota ante los nuevos hábitos de compra (Centro de Investigación Universidad del

Pacífico, 2021). Esta situación ha transformado la forma de vida, hábitos sociales, culturales, económicos de muchas personas.

En el contexto universitario, los estudiantes se forman integralmente con calidad para insertarse en el mercado laboral y ser actores del progreso económico y social de nuestro país (Minedu, 2015); asimismo, el fin de toda universidad es formar profesionales de calidad y que tengan responsabilidad social en concordancia con las carencias del pueblo (CPP, 2014). En tal sentido, los universitarios como parte activa del desarrollo de nuestro país, muchos de ellos ya han iniciado un emprendimiento como medio para activar la economía familiar y continuar sus estudios; ofreciendo productos y servicios de manera física o usando las redes sociales para publicitar y comercializar sus ofertas (CAPECE, 2021); durante la COVID-19, el 23% de jóvenes peruanos entre 18-24 años emprendieron motivados por la necesidad, donde el 68% son mujeres y el 32% son varones (Datum, 2020). En tal sentido, para una gran mayoría el emprendimiento es su única fuente de ingresos como alternativa de empleo y generación de ingresos.

En el contexto de la universidad privada, se ha observado que muchos de ellos estudiantes unieron recursos económicos y humanos para emprender; sin embargo, se observó que al unirse solo es uno de ellos el que toma la dirección demostrando mayor liderazgo que los otros y esto está en coherencia con las actitudes de emprendimiento; como bien es conocido que en todo equipo de trabajo siempre uno posee dicha habilidad para los desafíos, riesgos y retos que implica sacar adelante un emprendimiento; esta sinergia requiere de que todos cuenten con dichas actitudes para lograr los objetivos (Ipsos, 2021). En dicho contexto, es importante realizar un diagnóstico para establecer la correlación entre el liderazgo emprendedor y las actitudes de emprendimiento en universitarios debido a la escasa información que existe a nivel institucional, nacional e internacional; además, se observó que la pandemia obligo a muchos estudiantes a emprender para apoyar en la economía familiar y personal.

Ante tal contexto se planteó como principal problema: ¿Cuál es el nivel de las actitudes de emprendimiento desde la percepción de los estudiantes de tres carreras profesionales de una universidad privada de Lima, 2024? El PE1: ¿Cuál es el nivel de la tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante

en las actitudes de emprendimiento? PE2: ¿Cuál es el nivel de la percepción de ineficacia como factor determinante en las actitudes de emprendimiento? PE3: ¿Cuál es el nivel de la aversión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento? PE4: ¿Cuál es el nivel de la propensión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento? PE5: ¿Cuál es el nivel de la tendencia al cambio como factor determinante en las actitudes de emprendimiento?

La justificación teórica está apoyada en la Teoría del comportamiento planificado para las actitudes de emprendimiento (Montufar, 2020) y los resultados conllevarán a tomar decisiones en favor del centro de estudios respecto a sus planes de estudio para innovar los temas de liderazgo y emprendimiento. Socialmente se justifica en que los resultados sirven para diagnosticar los porcentajes diferenciados por carrera y género en el liderazgo y emprendimiento para confrontar porcentajes de estudios respecto a las brechas existentes (GEM, 2022); además, encontrar los niveles de estudiantes que han generado su autoempleo con un emprendimiento y su consecuente dinamización de la economía del país (Portillo & Marin, 2020). La justificación metodológica está basada en el enfoque cuantitativo, diseño descriptivo correlacional; además, la aplicación de instrumento tomado de artículo científico que tiene validez de constructo para un contexto universitario que pueden servir para futuros estudios en otros contextos.

El objetivo general fue: Determinar el nivel de las actitudes de emprendimiento desde la percepción de los estudiantes de tres carreras universitarias. Para los específicos: OE1: Identificar el nivel de la tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; OE2: Identificar el nivel de la percepción de ineficacia como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; OE3: Identificar el nivel de la aversión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; OE4: Identificar el nivel de la propensión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; OE5: Identificar el nivel de la tendencia al cambio como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

Entre los antecedentes internacionales, en Argentina, Silva-Peralta et al., (2022) determinaron los factores personales que dan facilidad al emprendimiento social en 136 universitarios. Fueron 28 varones y 108 mujeres entre 22 y 67 años de edad; además, el 34% con trabajo dependiente y el 57% en pequeños emprendimientos. En sus hallazgos revelaron que los estudiantes con mayor tendencia hacia el emprendimiento poseen factores personales como creencias positivas en la transformación individual y social, en la orientación prosocial (ayuda mutua y cambio) y las competencias emprendedoras (adaptabilidad, autorregulación emocional, empatía y comunicación asertiva).

En Chile, Valenzuela-Keller et al., (2021) analizó las diferencias en los factores que conforman la actitud emprendedora en 322 universitarios de las carreras de administración, ingeniería y economía aplicando un cuestionario fundamentado en el modelo de orientación a las actitudes emprendedoras. Los resultados mostraron que el factor riesgo e innovación tiene una baja percepción con el 65,06% y el factor necesidad de logro alcanzó alta percepción con un 84,59%. Concluyen que las actitudes de emprendimiento se incorporen en el programa de estudios para desarrollar habilidades emprendedoras.

Escobedo & Jiménez (2022) determinación las actitudes emprendedoras en universitarios; fue cuantitativo, no experimental y transversal. Sus resultados evidenciaron como principales actitudes: compromiso personal y autonomía (59%) organización e iniciativa (63%) innovación y orientación al mercado (70%). En contraste, las actitudes que requieren fortalecer son: compromiso con la empresa (20%), calidad y planificación (20%), propensión al riesgo (10%), actitud al cambio y reconocimiento externo (9%) y creatividad (17%). Concluyen que el compromiso personal, las actitudes de autonomía, orientación al mercado, organización e innovación son elementos que impactan en la caracterización emprendedora de los estudiantes generalmente en género masculino y en adultos por tener mayor capacidad de análisis en oportunidades de negocio.

Otro estudio fue de Benítez & Riveros (2022) cuyo objetivo fue determinar el comportamiento emprendedor en 117 universitarios. Fue cuantitativo, descriptivo y

emplearon un cuestionario; en sus hallazgos encontraron que un 77,32% evidencia poseer liderazgo y una intención positiva de independencia hacia la generación de emprendimientos; sin embargo un 3,13% no experimentan confianza debido a la presencia del miedo a fracasar y enfrentar obstáculos para obtener créditos y recursos financieros; además, se sitúan en un nivel intermedio respecto a su nivel de competencias emprendedoras prevaleciendo el trabajo en equipo, gestión de riesgos y visión de negocio. Concluyeron que se deben desarrollar algunas competencias como: gestión de riesgos y recursos y tolerancia a la incertidumbre y que es importante que durante su formación se desarrollen para fortalecer su perfil emprendedor.

Asimismo, Oliver et al., (2022) compararon las actitudes de emprendimiento entre 257 universitarios de España y 296 de Estados Unidos. Fue cuantitativa, descriptiva, no experimental aplicando una escala de Actitudes Emprendedoras y al inventario de Personalidad. En sus resultados, hallaron positivas correlaciones entre toma de riesgos y conciencia en los españoles; sin embargo, hubo negativa correlación entre el neuroticismo y la toma de riesgos en americanos. Concluyeron que la personalidad está en función del interactuar cultural y facilita o limita conductas emprendedoras; además, que la personalidad y emprendimiento varían considerablemente por país.

En Madrid, Lin (2022) identificó la intencionalidad de emprendimiento en estudiantes chinos en universidades de Madrid. Fue cuantitativo, diseño no experimental y descriptivo aplicado a 136 universitarios entre hombres (52,2%) y mujeres (47,8%). Sus resultados indicaron que el 63% tienen propósito emprendedor, el 24,3% iniciaron sus acciones emprendedoras y el 7% ya constituyeron sus propias empresas y un 6% no tienen intención emprendedora; además, un 38,5% desean regresar a su país para constituir su propia empresa y el 36% desea quedarse en España y constituir sus empresas. Concluye que la viabilidad, deseabilidad y la manera en que perciben el dominio del proceso emprendedor beneficia el impulso emprendedor, mientras que fomentar el espíritu emprendedor no parece guardar una relación directa con la educación en emprendimiento.

El artículo de Paniagua-Rojano & Vera-Hernández (2021) determino las características del emprendimiento en universitarios de periodismo respecto a las debilidades, retos y fortalezas en el futuro del periodismo. Encontraron como principal fortaleza el dominio de la tecnología y el liderazgo; en las debilidades está un mal diseño de modelo de negocio; aspectos tomados como retos. Concluyen que el futuro profesional de los universitarios está en el periodismo emprendedor basado en un esquema de negocio sustentable con especialización y aplicando plataformas digitales.

En lo nacional, Romero-Parra et al., (2022) establecieron la conexión entre las características emprendedoras y la perspectiva de emprendimiento en 135 universitarios en una pesquisa cuantitativa, correlacional. Encontraron que el 55% presenta un perfil relevante, el 25% muy relevante y el 20% poco relevante; en cuanto a la visión emprendedora se demostró que un 42% tiene media, en tanto un 33% tienen visión alta y solamente un 25% tienen una baja visión; por consiguiente, se observa una relación constructiva entre las variables investigadas.

Por su parte Vales et al., (2022), estableció la conexión entre las actitudes emprendedoras y las políticas públicas en 80 estudiantes egresados de la educación básica. Fue cuantitativo, no experimental y aplicaron un cuestionario y en sus resultas encontraron que existe un nivel regular (54%) de las políticas públicas y una regular (62,5%). En su conclusión principal se probó que existe una correlación positiva alta entre la actitud emprendedora y las políticas públicas.

Ramos, (2023) investigó el emprendimiento femenino en universitarias encontrando que las damas en su mayoría emprenden por necesidad económica, de autorrealización y prosperar profesionalmente iniciando un negocio asumiendo desafíos; sin embargo, las mujeres emprendedoras tienen menos beneficios que los varones respecto a la dirección debido a ser más jóvenes y no cuentan con la experiencia y que, además no tienen tendencia al riesgo respecto al acceso de financiamientos de manera externa para el crecimiento de su negocio.

Deza-Loyaga et al., (2021) desarrollaron las competencias de emprendimiento en 42 universitarios peruanos mediante un programa; el estudio fue cuasi experimental y longitudinal aplicando un pre y post test. Encontraron que el 80% de los alumnos demostraban mantener constancia, el 71% demostró creatividad y el 75% exhibió capacidad de precaución ante riesgos. Concluyeron que alrededor del 68% de los estudiantes universitarios exhiben una competencia emprendedora destacada. Por otro lado, Villacorta (2020) contrastó las habilidades emprendedoras entre 26 estudiantes universitarios mediante un estudio cuantitativo, no experimental, descriptivo-transversal y luego de aplicar el cuestionario se evidenció que en un 69% lideraba la capacidad de estimulación interna mediante emociones y convicciones positivas; en un 65% contaban con aptitudes en tecnologías de la información. Llega a la conclusión de que las habilidades emprendedoras entre los estudiantes son considerablemente elevadas y ello que les admitirá realizar emprendimientos exitosos en su contexto.

Respecto a las teorías que fundamentan las actitudes de emprendimiento, se tiene el Modelo Evento Emprendedor (EEM) respecto a que la impulsión hacia el emprendimiento se basa en la apreciación de la atractividad, la factibilidad y la disposición a tomar medidas (Shapero, 1982). Luego está la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen quien aseveró que los comportamientos humanos nacen tras una planificación, a través de la cual se puede predecir la intención de llevar a cabo la conducta como son la actitud, la intención y el control. Otra, es la Teoría de la Acción Planeada (TPB) indicó que la actitud, un factor relevante en el ámbito del emprendimiento, se refiere a la evaluación positiva o negativa que la persona tiene hacia el comportamiento (Lin, 2022).

También, la Teoría de los rasgos de personalidad que destaca los rasgos individuales que caracterizan al emprendimiento, indicando que ciertos atributos psicológicos y de actitud distinguen a quienes son emprendedores de aquellos que no lo son, así como a los emprendedores líderes de los que no tienen esta cualidad. (Escobedo & Jiménez, 2022). Finalmente, la Teoría del desarrollo económico de Schumpeter que otorga un alto valor a las novedades o empresas innovadoras, ya que son las que generan "olas de destrucción creativa", dado que vuelven obsoletos

los conocimientos existentes y estimulan la generación de nuevos saberes. (Villacis et al., 2018).

Conceptualmente, la actitud emprendedora se entiende desde la actitud que es el estado mental y neuronal de ejercer la preparación, organizada a través de la experiencia, ejercitando influencia directiva o dinámica sobre las personas respecto a todos los objetivos y la situación con la que se relaciona como factor importante que contribuye a anticipar el comportamiento empresarial potencial en el futuro (Villacis et al., 2018). En cuanto al acto de emprender involucra descubrir, evaluar y explorar oportunidades identificadas con el propósito de introducir nuevos productos y servicios en los mercados, todo ello acompañado por la asunción de riesgos inherentes a dichos mercados (Benítez & Riveros, 2022). Asimismo, es la posibilidad de transformar a las personas en individuos más imaginativos, comprometidos y pioneros buscando que las personas desarrollen habilidades innovadoras y prosperen económicamente al establecer sus propias fuentes de ingreso (Sumba-Bustamante et al., 2020).

La variable actitudes de emprendimiento; primero, mencionar que el emprendimiento nace como oportunidad para revertir las condiciones de desempleo, y al mismo tiempo, fortalecer el sistema productivo de un país; las actitudes son la tendencia o inclinación hacia las actividades orientadas al autoempleo y que incrementan con las conductas emprendedoras referentes al inicio de un negocio propio (Montufar, 2020).

Es preciso indicar que las dimensiones se tomaron del instrumento de Montufar (2020): (1) tendencia a las actividades emprendedoras, se manifiestan con la pericia del sujeto para realizar diligencias vinculadas al quehacer emprendedor con buena actitud; (2) Percepción de ineficacia, actitud divergente, hacia una actitud contraria hacia el emprendimiento; (3) Aversión al riesgo, característica distintiva de los emprendedores para actuar en oportunidades de negocio en condiciones de incertidumbre; (4) Propensión al riesgo, tendencia de las personas para aceptar ciertos niveles de inseguridad en sus acciones; es decir, tomar riesgos que pueden ser vistos como oportunidades en contextos inciertos; (5) Tendencia al cambio,

actitud positiva hacia las actividades vinculadas al emprendimiento y su compromiso con el negocio en la inversión de recursos y tiempo.

En tal sentido, las actitudes para emprender son una gran opción de autoempleo frente a la recesión del país e importancia en los universitarios que están en la búsqueda de oportunidades laborales y con ello poner en práctica sus aprendizajes recibidos en su carrera profesional (Sopó et al., 2017) cabe resaltar que un emprendimiento con liderazgo tiene gran impacto debido al aporte económico personal, familiar, empresarial y de un país (Espitia & Morales, 2020). Al emprender, se busca generar empleo para otros individuos, optimizar la eficacia de vida e impulsar el incremento económico del país. El término "emprendimiento" se refiere a la habilidad que poseemos las personas para alcanzar los objetivos que nos proponemos (González, 2017).

Respecto a la hipótesis general: Existe diferencias significativas entre los niveles de las actitudes de emprendimiento de los estudiantes de tres carreras universitarias. HE1: Existe diferencia significativa en el nivel de la tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; HE2: Existe diferencia significativa en el nivel de la percepción de ineficacia como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; HE3: Existe diferencia significativa en el nivel de la aversión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; HE4 Existe diferencia significativa en el nivel de la propensión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; HE5. Existe diferencia significativa en el nivel de la tendencia al cambio como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

## II. METODOLOGÍA

El enfoque es cuantitativo al aplicar el método deductivo, plantear hipótesis y probarlas estadísticamente (OECD, 2005) y de tipo aplicada por tener una orientación práctica (Concytec, 2018) y a dar posible solución viable a la observación de un problema (Hernández et al., 2014; Reyes, 2019). El diseño es no experimental según Hernández et al. (2014) fue no experimental debido a que no se ejecutó manipulación de variable, exclusivamente se observó en su propio contexto. Es un estudio de diseño descriptivo comparativo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Esquemáticamente, el diseño se compone de tres muestras representadas por estudiantes de tres carreras profesionales con fines de una comparación de resultados estadísticamente.

La Variable: Actitudes de Emprendimiento, es la acción humana emprendedora para generar valor, a través de la producción o desarrollo de la actividad económica, por medio de identificar y explotar nuevos productos, procesos TIC o habilitados para las TIC (Bogdanowicz, 2015).

La población de la investigación, según Hernández, et al., (2014) La población se caracteriza como el total de elementos, personas u objetos que comparten atributos similares en conjunto y son el foco de estudio en una investigación; en tal sentido, es esencial definir claramente esta población para que las resultas sean aplicables al grupo de interés. Por consiguiente, la población a estudiar se conforma por estudiantes de pregrado de una universidad privada en las carreras profesionales de Administración, Marketing y Negocios Internacionales que fueron un alrededor de 1,200. Se considero como criterio de exclusión aquellos alumnos de otras carreras y se incluyó a quienes aceptaron participar en el estudio mediante su consentimiento informado. Respecto a la Muestra de la investigación fue no probabilística (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Los estudiantes que formaron parte de la muestra de estudio fueron los de dichas carreras profesionales de la población, por representar el objetivo del estudio; por tanto, corresponde una muestra no probabilística por conveniencia censal. Luego de la aplicación del instrumento mediante el Google forms se obtuvo un total de 1000 estudiantes

correspondiendo a 327 de Administración, 409 de Marketing y 264 de Negocios Internacionales.

La técnica concierne al proceso y reglas que admiten instituir la coherencia con el objeto del estudio (Sánchez et al., 2018). La técnica a ser utilizada es la encuesta. El instrumento es el medio para proceder al acopio de información necesaria en circunstancias para comprobar los objetivos e hipótesis de investigación (Hernández et al., 2014). Respecto a la validez está dado a que mida el objetivo de la investigación; además, de ser válido debe ser confiable (Hernández et al., 2014). La confiabilidad está referida a la verificación del grado de resultados por una aplicación reiterada (Hernández et al., 2014). El instrumento es un cuestionario tomado de artículo científico elaborado por (Montufar, 2020). Dicho documento que consta de cinco dimensiones y 30 ítems con una escala de medición tipo Likert. Su validez fue de constructo mediante la prueba de esfericidad de Bartlett ( $df=861$  y  $p=0,000$ ). En cuanto a la confiabilidad fue de consistencia interna entre ítems aplicando Alpha de Cronbach (A.C.) = 0,730. Asimismo, se sometió a confiabilidad con A.C. y una prueba piloto de 25 estudiantes de otra carrera profesional y el resultado fue de 0,716 (aceptable). La aplicación de dicho instrumento fue online utilizando Google forms determinado un plazo considerable de una semana para obtener mayor número de respuestas que se ajusten a la muestra.

Respecto a la técnica estadística para el procesamiento de datos, a fin de comprobar la integridad de los mismos se obtuvo la base de datos mediante Google forms y se procesó utilizando el programa estadístico SPSS versión 25 en español y se registraron los resultados descriptivos según los datos procedentes de los instrumentos. Asimismo, se aplicó la prueba de normalidad y según la distribución de datos se utilizó prueba no paramétrica para probar hipótesis. En los aspectos éticos, se ha considerado los principios de integridad científica para el desarrollo de la investigación que incluye consentimiento informado; además, de otros criterios observados en el Código de Ética de la UCV como fue aplicación de las normas APA 7 considerando a los autores tomados en esta pesquisa.

### III. RESULTADOS

Planteamiento de O.G. Determinar el nivel de las actitudes de emprendimiento desde la percepción de los estudiantes de tres carreras profesionales

**Tabla 1**

*Niveles de emprendimiento en estudiantes universitarios según carrera profesional*

Carrera Profesional	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Administración	Alto	115	35,2
	Moderado	170	52,0
	Bajo	42	12,8
	Total	327	100,0
Marketing	Alto	231	56,5
	Moderado	163	39,9
	Bajo	15	3,7
	Total	409	100,0
Negocios internacionales	Alto	46	17,4
	Moderado	84	31,8
	Bajo	134	50,8
	Total	264	100,0
Muestra total		1000	100,0

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Los resultados evidencian que los estudiantes de la carrera profesional de Marketing tienen alto nivel de actitudes de emprendimiento con un 56,5% comparativamente con los de Administración que tienen nivel moderado en 52% y los de Negocios Internacionales tienen un nivel bajo con 50,8%.

Planteamiento de los objetivos específicos: Identificar el nivel del factor determinante en las actitudes de emprendimiento

**Tabla 2**

*Niveles comparativos del factor determinante en las actitudes de emprendimiento según carreras profesionales*

Carrera	Nivel	Tendencia a las actividades emprendedoras (D1)		Percepción de ineficacia (D2)		Aversión al riesgo (D3)		Propensión al riesgo (D4)		Tendencia al cambio (D5)	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Administración	Alto	209	63,9%	40	12,2%	34	10,4%	207	63,3%	204	62,4%
	Moderado	74	22,6%	109	33,3%	108	33,0%	71	21,7%	80	24,5%
	Bajo	44	13,5%	178	54,4%	185	56,6%	49	15,0%	43	13,1%
	Total	327	100.0	327	100.0	327	100.0	327	100.0	327	100.0
Marketing	Alto	330	80,7%	107	26,2%	107	26,2%	311	76,0%	319	78,0%
	Moderado	63	15,4%	139	34,0%	146	35,7%	71	17,4%	73	17,8%
	Bajo	16	3,9%	163	39,9%	156	38,1%	27	6,6%	17	4,2%
	Total	409	100.0	409	100.0	409	100.0	409	100.0	409	100.0
Negocios internacionales	Alto	85	32,2%	18	6,8%	17	6,4%	89	33,7%	76	28,8%
	Moderado	39	14,8%	51	19,3%	57	21,6%	35	13,3%	49	18,6%
	Bajo	140	53,0%	195	73,9%	190	72,0%	140	53,0%	139	52,7%
	Total	264	100.0	264	100.0	264	100.0	264	100.0	264	100.0

*Nota: Resultados SPSS Vs 25*

Los resultados muestran que el factor determinante en las actitudes de emprendimiento para los estudiantes de las carreras de Administración y Marketing es la Tendencia a las actividades emprendedoras con un nivel alto de 63,9% y 80,7% respectivamente; sin embargo, es importante mencionar que los factores: Propensión al riesgo y Tendencia al cambio son también predominantes con altos niveles para ambas especialidades.

Por otro lado, se evidencia que los estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales perciben en un bajo nivel los cinco factores para las actitudes de emprendimiento; pero, se debe destacar que un 32,2% percibe alto la Tendencia a las actividades emprendedoras; así como un 33,7% y 28,8% perciben alto los factores de propensión al riesgo y Tendencia al cambio respectivamente.

**Tabla 3**

*Actitudes de emprendimiento por rango de edad*

Rango de edad	Niveles	f	%
20 - 25 años	Bajo	144	19,5
	Moderado	301	40,8
	Alto	293	39,7
	Total	738	100,0
26 - 30 años	Bajo	23	19,8
	Moderado	52	44,8
	Alto	41	35,3
	Total	116	100,0
31 - 35 años	Bajo	23	16,5
	Moderado	62	44,6
	Alto	54	38,8
	Total	139	100,0
36 - 40 años	Bajo	1	14,3
	Moderado	2	28,6
	Alto	4	57,1
	Total	7	100,0

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Según rango de edad, se observa que el grupo más significativo son los estudiantes entre 20 a 25 años, de los cuales el 40,8% se percibe con nivel moderado y un 39,7% con nivel alto en las actitudes de emprendimiento. El segundo grupo

significativo está conformado por el rango entre 31 a 35 años donde un 44,6% se ubica en nivel moderado y el 38,8% en nivel alto respecto a sus actitudes emprendedoras. Finalmente, el grupo entre 26 a 30 años presentan nivel moderado un 44,8% y alto el 35,3%.

**Tabla 4**

*Emprendimiento por género del estudiante*

Género	Niveles	f	%
Mujer	Bajo	115	17,7
	Moderado	266	41,0
	Alto	267	41,2
	Total	648	100,0
Hombre	Bajo	76	21,6
	Moderado	151	42,9
	Alto	125	35,5
	Total	352	100,0

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Son las mujeres que predominan en la cantidad en las tres carreras; y, se observa un similar resultado en los niveles de sus actitudes emprendedoras; un 41,0% se perciben en nivel moderado y un 41,2% como nivel alto. Sin embargo, en los hombres un 42,9% están en nivel moderado y un 35,5% en nivel alto de actitudes de emprendimiento.

Para probar hipótesis; primero, se aplicó la Prueba de normalidad y la distribución de los datos se corroboró con KS por contar con grupos de muestras mayores a 50 ( $n > 50$ ). Según hallazgos se evidenció que no existe distribución normal ( $p = 0,000 < 0,05$ ); por ello, se aplicó la prueba no paramétrica Kruskal-Wallis correspondiente a más de dos grupos de muestras (ver anexo).

Regla de Decisión: Si  $p \leq 0.05$ , se rechaza  $H_0$ .

En la Prueba de Hipótesis General, se tiene:

Ho. No existen diferencias significativas entre los niveles de las actitudes de emprendimiento

Ha. Existen diferencias significativas entre los niveles de las actitudes de emprendimiento

**Tabla 5**

*Valor del Estadístico de Contraste.*

				Estadístico	
	Carrera	N	Rango promedio		
Act. de emprendimiento	Administración	327	503,21	H de Kruskal-Wallis gl Sig.(p)	202,785
	Marketing	409	617,31		2
	Negocios internacionales	264	316,18		,000
	Total	1000			

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Los rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales evidencian que los de Marketing (617,31) y Administración (503,21) tienen resultados más altos. Por otro lado, el estadístico K. Wallis con 202,785 y el  $p=0,000 < 0,05$  demuestran que existen diferencias significativas entre los niveles de las actitudes de emprendimiento; por lo tanto, se rechaza la Ho y se acepta la Ha.

Contraste de HE1.

Ho. No Existen diferencia significativa en los niveles de la Tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

Ha. Existe diferencia significativa en los niveles de la Tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante en las actitudes de emprendimiento

**Tabla 6***Valor del Estadístico de Contraste.*

	Carrera	N	Rango promedio	Estadístico	
Tendencia a las actividades emprendedoras	Administración	327	518,86	H de Kruskal-Wallis	214,650
	Marketing	409	603,88		
	Negocios internacionales	264	317,59	Sig.(p)	,000
	Total	1000			

*Nota: Resultados SPSS Vs 25*

Los hallazgos muestran rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales; siendo los de Marketing en mayor valor (603,88) y los de Administración = 518,86, a diferencia de los de Negocios Internacionales = 317,59. También, el estadístico K. Wallis con 214,650 y el  $p=0,000 < 0,05$  demuestran que existen diferencias significativas entre los niveles de la Tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; por consiguiente, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ .

Contraste de HE 2.

$H_0$ . No existe diferencia significativa en los niveles de la Percepción de ineficacia como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

$H_a$ . Existe diferencia significativa en los niveles de la Percepción de ineficacia como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

**Tabla 7***Valor del Estadístico de Contraste*

	Carrera	N	Rango promedio	Estadístico	
Percepción de ineficacia	Administración	327	487,12	H de Kruskal-Wallis	83,712
	Marketing	409	580,31		
	Negocios internacionales	264	393,44	Sig.(p)	,000
	Total	1000			

*Nota: Resultados SPSS Vs 25*

El rango promedio de la carrera profesional de Marketing=580,31; en Administración=487,12 y de Negocios Internacionales=393,44; así como el estadístico K. W. = 83,712 y el  $p=0,000<0,05$  demuestran que existen diferencias significativas entre los niveles de la Percepción de Ineficacia como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; por ello, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ .

Contraste de HE 3.

$H_0$ . No existen diferencias significativas en los niveles de la Aversión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento

$H_a$ . Existen diferencias significativas en los niveles de la Aversión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

### Tabla 8

*Valor del Estadístico de Contraste.*

	CARRERA	N	Rango promedio	Estadístico	
Aversión al riesgo	Administración	327	473,20	H de Kruskal-Wallis gl Sig.(p)	89,188
	Marketing	409	587,77		2
	Negocios internacionales	264	399,11		,000
	Total	1000			

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Los hallazgos muestran rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales; siendo los de Marketing en mayor valor (587,77) y los de Administración = 473,20, a diferencia de los de Negocios Internacionales = 399,11. También, el estadístico K. Wallis con 89,188 y el  $p=0,000<0,05$  demuestran que existen diferencias significativas entre los niveles de la Aversión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; por consiguiente, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ .

Contraste de HE 4.

Ho. No existen diferencias significativas en los niveles de la Propensión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

Ha. Existen diferencias significativas en los niveles de la Propensión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento.

**Tabla 9**

*Valor del Estadístico de Contraste*

	Carrera	N	Rango promedio	Estadístico	
Propensión al riesgo	Administración	327	523,70	H de Kruskal-Wallis	171,315
	Marketing	409	590,10	gl	2
	Negocios internacionales	264	332,95	Sig.(p)	,000
	Total	1000			

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Los hallazgos muestran rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales; siendo los de Marketing en mayor valor = 590,10 y los de Administración = 523,70, a diferencia de los de Negocios Internacionales = 332,95. También, el estadístico K. Wallis con 171,315 y el  $p=0,000 < 0,05$  demuestran que existen diferencias significativas entre los niveles de la Propensión al riesgo como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; por consiguiente, se rechaza la Ho y se acepta la Ha.

Contraste de HE 5.

Ho. No existen diferencias significativas en los niveles de la Tendencia al cambio como factor determinante en las actitudes de emprendimiento

Ha. Existen diferencias significativas en los niveles de la Tendencia al cambio como factor determinante en las actitudes de emprendimiento

**Tabla 10***Valor del Estadístico de Contraste.*

	Carrera	N	Rango promedio	Estadístico	
Tendencia al cambio	Administración	327	523,99	H de Kruskal-Wallis	220,830
	Marketing	409	604,54	gl	2
	Negocios internacionales	264	310,23	Sig.(p)	,000
	Total	1000			

*Nota:* Resultados SPSS Vs 25

Los hallazgos muestran rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales; siendo los de Marketing en mayor valor = 604,54 y los de Administración = 523,99, a diferencia de los de Negocios Internacionales = 310,23. También, el estadístico K. Wallis con 220,830 y el  $p=0,000<0,05$  demuestran que existen diferencias significativas entre los niveles de la Tendencia al cambio como factor determinante en las actitudes de emprendimiento; por consiguiente, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ .

#### IV. DISCUSIÓN

En el principal objetivo se determinó que los estudiantes de la carrera de Marketing se perciben con nivel alto en sus actitudes de emprendimiento con un 56,5%; los de Administración se ubicaron en nivel moderado con 52% y los de Negocios Internacionales tienen un nivel bajo con 50,8%. Según rango de edad, corresponde a los 738 (73,8%) de la muestra de estudiantes entre 20 a 25 años quienes se perciben con moderadas (40,8%) actitudes emprendedoras y un 39,7% con alto; otro grupo significativo fueron los de 31 a 35 años; también, tienen percepción moderada y alta con 44,6% y 38,8% respectivamente. Hallazgos concordantes con Datum (2020) que jóvenes universitarios entre 18-24 años emprendieron motivados por la necesidad de continuar sus estudios durante la COVID-19. En coherencia, Silva-Peralta et al., (2022) encontraron la tendencia hacia el emprendimiento y tendencia al cambio como factores determinantes en universitarios; pero también, complementan la adaptación, empatía, autorregularse emocionalmente y una asertiva comunicación. Asimismo, Valenzuela-Keller et al., (2021) encontraron que el factor necesidad de logro alcanzó alta percepción y el factor riesgo una baja percepción en la actitud emprendedora.

Respecto al género, son 648 (64,8%) mujeres que se perciben con alto nivel (41,2%) con actitudes emprendedoras y los hombres tienen percepción moderada con 42,9%; resultados coherentes con el informe de GEM (2022) que de cada 10 varones que emprenden son seis mujeres emprendedoras; igualmente, Datum (2020) encontró un 68% de mujeres y 32% de hombres entre 18 a 24 años que habían emprendido. Esto es un incremento en el desarrollo económico a través del autoempleo (Oliver et al., 2022). Sin embargo, Ramos, (2023) encontró que las damas emprendedoras tienden a evadir el riesgo en cuanto a solicitar financiamientos de forma externa para hacer crecer su negocio.

Estadísticamente, el factor que predomina en las actitudes emprendedoras prevalece con alto nivel la tendencia a dichas actividades tanto en alumnos de Marketing con 80,7% como para los de administración con 63,9%; sin embargo, es bajo para los de Negocios I., con 53%. Otros factores importantes con alto nivel en

la determinación del emprendimiento en las carreras de Marketing y Administración son la propensión a tomar riesgos y la tendencia al cambio. Pero es necesario mencionar que, para las tres carreras de la muestra son dos factores que no tienen predominancia en el emprendimiento y es el percibir ineficacia, así como la aversión al riesgo.

Para la HG, la diferencia de rangos promedio entre carreras profesionales: Marketing (617,31); Administración (503,21) y Negocios I. (316,18); además, el estadístico K. Wallis con  $p=0,000<0,05$  permitieron rechazar la  $H_0$  y probar que existen diferencias significativas en los niveles de las actitudes de emprendimiento según percepción de los estudiantes. En coherencia, la tendencia al emprendimiento como actitud, está relacionada y fundamentada en el Modelo Evento Emprendedor (EEM) como actividad atractiva, factible al autoempleo (Shapiro, 1982). Asimismo, la actitud es un comportamiento intencionado y planificado y controlado que puede ser evaluada positiva o negativamente (Lin, 2022). También, es importante resaltar la Teoría de rasgos individuales como característica para el emprendimiento líder (Escobedo & Jiménez, 2022). En definitiva, el emprendimiento favorece la economía de un país como dice la Teoría del desarrollo económico de Schumpeter (Villacis et al., 2018).

En el OE1 se identificó un alto nivel en la tendencia a las actividades emprendedoras como factor determinante en las actitudes de emprendimiento con 80,7% en Marketing y 63,9% en Administración siendo bajo en Negocios I., con 53%. En la HE1 se rechazó la  $H_0$  vista los rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales y el  $p=0,000<0,05$ , demostrando que existen diferencias significativas y se aceptó la  $H_a$ . En similitud, Escobedo & Jiménez (2022) evidenciaron la tendencia a las actividades emprendedoras como principal actitud sumado a la organización, iniciativa, autonomía y compromiso personal; sin embargo, diagnosticaron que los factores propensión al riesgo, actitud al cambio y su compromiso con la empresa requieren fortalecer. Por otro lado, Benítez & Riveros (2022) determinaron que para el comportamiento emprendedor se necesita poseer liderazgo y actitud positiva como factores de emprendimiento; sin embargo, también existe el miedo a fracasar, saber gestionar riesgos y enfrentar obstáculos

como factores a superar.

Científicamente, las actitudes emprendedoras son estado mental y neuronal que conllevan a tomar iniciativas de organización y preparación como líderes influyentes en otras personas para lograr objetivos personales y empresariales potencial en el futuro (Villacis et al., 2018). En tal sentido, una actividad emprendedora explorara e identifica oportunidades de introducción para nuevos productos y servicios en un determinado sector del mercado considerando riesgos inherentes (Benítez & Riveros, 2022). Asimismo, busca que las personas generen su autoempleo a través del desarrollo innovador de sus habilidades para un progreso económico (Sumba-Bustamante et al., 2020).

En el OE2 se identificó un bajo nivel en la percepción de ineficacia como factor determinante para las actitudes de emprendimiento para Administración, Marketing y N. Internacionales con 54,4%, 39,9% y 73,9% respectivamente. En la HE2 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000<0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y se aceptó la Ha. En coherencia, Benítez & Riveros (2022) determinaron que el miedo al fracaso, enfrentar riesgos y afrontar obstáculos son factores que se perciben como factores de ineficacia en las actividades de emprendimiento. Por otro lado, Escobedo & Jiménez (2022) encontraron que la iniciativa con apropiado compromiso personal y adecuada organización e iniciativa apoyan a superar la ineficacia como factor contrario al emprender.

En el OE3 se identificó, en las tres carreras profesionales de la muestra, un bajo nivel en la percepción de aversión al riesgo como factor determinante para las actitudes de emprendimiento. En la HE3 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000<0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y se aceptó la Ha. En tal sentido, Oliver et al., (2022) hallaron que la aversión al riesgo está relacionada a la personalidad individual incluso también con la tendencia cultural que conlleva a facilitar o limitar comportamientos emprendedores; por consiguiente, van a variar grandemente según el país. En coherencia, Vales et al., (2022),

determinó que las políticas públicas en condiciones de incertidumbre tienen relación con las actitudes emprendedoras y están en relación con tomar riesgos que es rasgo distintivo de los emprendedores para conducirse en oportunidades de negocio.

En el OE4 se identificó, un alto nivel en la percepción de propensión al riesgo como factor determinante para las actitudes de emprendimiento; para Administración 63,3%, Marketing 76%; sin embargo, para N. Internacionales nivel bajo con 53%. En la HE4 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000<0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y aceptar la Ha. En similitud, Paniagua-Rojano & Vera-Hernández (2021) encontraron que el tomar ciertos riesgos como posibles oportunidades en escenarios inciertos tiene fortaleza para las actitudes de emprender. Asimismo, Romero-Parra et al., (2022) establecieron que el perfil emprendedor requiere de actitudes de tomar riesgos como una característica inmersa en la decisión de emprender por el grado de inseguridad en las actividades iniciales.

En el OE5 se identificó, un alto nivel en la percepción de la tendencia al cambio como factor determinante para las actitudes de emprendimiento; para Administración 62,4%, Marketing 78%; sin embargo, para N. Internacionales nivel bajo con 52,7%. En la HE5 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000<0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y aceptar la Ha. En tal sentido, Lin (2022) identificó niveles altos en las actitudes de cambio e intencionalidad de emprender en estudiantes tanto mujeres como hombres que están iniciando negocios como en aquellos que ya tienen constituidas sus propias empresas. Deza-Loyaga et al., (2021) demostraron que la creatividad, constancia y la capacidad de precaución ante los riesgos benefician la competencia emprendedora que favorecen el compromiso asumido.

## V. CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se identificó que el factor determinante en las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de Marketing y Administración fue la Tendencia a las actividades emprendedoras y se aceptó la Ha que hay diferencia significativa según los rangos promedio diferentes por carrera profesional y el  $p=0,000$  que es menor a 0,05.

**SEGUNDA:** Se identificó un nivel alto en la *Tendencia a las actividades emprendedoras* como factor determinante en las actitudes de emprendimiento con 80,7% en Marketing y 63,9% en Administración siendo bajo en Negocios I., con 53%. En la HE1 se rechazó la Ho vista los rangos promedio diferenciados entre carreras profesionales y el  $p=0,000 < 0,05$ , demostrando que existen diferencias significativas y se aceptó la Ha.

**TERCERA:** Se identificó un bajo nivel en la *Percepción de ineficacia* como factor determinante para las actitudes de emprendimiento para Administración, Marketing y N. Internacionales con 54,4%, 39,9% y 73,9% respectivamente. En la HE2 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000 < 0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y se aceptó la Ha.

**CUARTA:** Se identificó en las tres carreras profesionales de la muestra, un bajo nivel en la percepción de *aversión al riesgo* como factor determinante para las actitudes de emprendimiento. En la HE3 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000 < 0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y se aceptó la Ha.

**QUINTA:** Se identificó la Propensión al riesgo en alto nivel como factor determinante para las actitudes de emprendimiento; para Administración 63,3%, Marketing 76%; sin embargo, para N. Internacionales nivel bajo con 53%. En la HE4 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras

profesionales y un  $p=0,000<0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y aceptar la Ha.

**SEXTA:** Se identificó que la *Tendencia al cambio* tiene alto nivel como factor determinante para las actitudes de emprendimiento; para Administración 62,4%, Marketing 78%; sin embargo, para N. Internacionales nivel bajo con 52,7%. En la HE5 se rechazó la Ho vista los hallazgos diferencias en los rangos promedio entre las tres carreras profesionales y un  $p=0,000<0,05$ , que permitió demostrar las diferencias significativas y aceptar la Ha.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Los resultados demuestran que el emprendimiento constituye una fuente de ingresos como alternativa de empleo y generación de ingresos frente a la recesión del país y para los estudiantes universitarios que están en la búsqueda de oportunidades laborales y con ello poner en práctica sus aprendizajes recibidos en su carrera profesional; en tal sentido, se recomienda:

**PRIMERA:** A los directivos de la universidad que las asignaturas del plan de estudios de las carreras profesionales enfoquen contenidos transversales en capacidades de emprendimiento donde se desarrollen los factores analizados como actitudes para que todo estudiante universitario pueda emprender generando así su autoempleo y poder apoyar a otros estudiantes con lo que se promueve el trabajo decente y el crecimiento económico del país.

**SEGUNDA:** A los directivos de las carreras de esta muestra se recomienda brindar capacidades a los estudiantes de Negocios Internacionales que resultaron con niveles bajos en todos los factores estudiados.

**TERCERA:** A futuros investigadores se recomienda ampliar la muestra de estudio dirigida a todas las carreras profesionales desde el primer ciclo con el objetivo de diagnosticar comparativamente el factor prevalente en los comportamientos emprendedores.

**CUARTA:** El diagnóstico encontrado permitirá a otros investigadores, el desarrollo de un estudio cualitativo con entrevistas a estudiantes que analicen los cinco factores y para aquellos ya cuentan con emprendimientos, a los que están iniciando y a los que tienen la idea de una propuesta.

## REFERENCIAS

- América Retail. (2022). *Emprender o recolocarse: ¿qué alternativas eligen los profesionales desempleados?* Righ Management en ManpowerGroup Latam. <https://www.america-retail.com/opinion/emprender-o-recolocarse-que-alternativas-eligen-los-profesionales-desempleados/>
- Benítez, D. A., & Riveros, S. E. (2022). El potencial emprendedor en los egresados universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 117–138. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.1868](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1868)
- CAPECE. (2021). Impacto del COVID - 19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas al 2021. In *Reporte oficial de la industria del ecommerce en Perú 2020* (p. 100). CAPECE. <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>
- CCL. (2024). *Día mundial del emprendimiento 2024: ¿Por qué el Perú es considerado un país de emprendedores?* Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/dia-mundial-del-emprendimiento-2024-por-que-el-peru-es-considerado-un-pais-de-emprendedores/>
- Centro de Investigación Universidad del Pacífico. (2021). *Digitalización para el desarrollo en tiempos de COVID-19* (pp. 1–5). Universidad del Pacífico, Perú. <https://agendabicentenario.pe/wp-content/uploads/2020/12/chong-quiliche-Bicentenario.pdf>
- Concytec. (2018). Reglamento De Calificación, Clasificación Y Registro De Los Investigadores Del Sistema Nacional De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica - Reglamento Renacyt. In *Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica* (p. 12). [https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)
- CPP. (2014). Ley 30220. Ley Universitaria. In *Congreso De La Republica*. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30143.pdf>
- Deza-Loyaga, W. F., Aparicio-Ballena, J. A., Pérez-Arboleda, P. A., & Hidalgo-Lama, J. A. (2021). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1172–1188. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.11>
- Escobedo, B., & Jiménez, J. L. (2022). Diagnóstico de las actitudes emprendedoras en estudiantes de ingeniería en gestión empresarial. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 9(18), 1–27. <https://www.pag.org.mx/index.php/PAG/article/view/902>
- Espitia, K., & Morales, C. C. (2020). *Emprendimiento digital como motor de reactivación económica en emergencia sanitaria Covid-19* (pp. 1–11). Universidad Católica de Colombia, Bogotá. <https://hdl.handle.net/10983/25978>
- Forbes. (2024). *Conoce a los protagonistas en un año retador para el Perú*. Forbes Perú. <https://forbes.pe/editors-pick/2024-02-28/protagonistas-en-un-ano-retador>
- GEM. (2022). *El estudio más principal del mundo sobre emprendimiento desde 1999*. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/about/gem/5>
- González, M. (2017). Emprendimiento digital. In *Areandina, Fundación Universitaria del Área Andina*. Fundación Universitaria del Área Andina, Colombia. <https://doi.org/10.33132/9789585459885>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. In Mc Graw Hill Education (Ed.),

- Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.*  
<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGrawHill Education/Interamericana Editores SA DE C.V. (ed.); Sexta edic). McGrawHill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2. Hernandez, Fernandez y Baptista-Metodología Investigacion Cientifica 6ta ed.pdf>
- INEI. (2024). *Población ocupada del país alcanzó 17 millones 159 mil 100 personas en el primer trimestre de 2024.* Instituto Nacional de Estadística e Informática Del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/954538-poblacion-ocupada-del-pais-alcanzo-17-millones-159-mil-100-personas-en-el-primer-trimestre-de-2024>
- Ipsos. (2022). *Emprendedores en tiempo de inflación 2022.* IPSOS. <https://www.ipsos.com/es-pe/emprendedores-en-tiempo-de-inflacion-2022#:~:text=54%25 de peruanos conectados ha,iniciado al menos un negocio.>
- Leal, M. S., Orozco, C. S., & Guamán, E. I. (2021). Liderazgo y emprendimiento: ¿cuál es su relación? *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 14495–14504. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i6.1412](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1412)
- Lezana, B., Guede, B., & Cancino, C. A. (2022). Características de Emprendimientos Unicornios en América Latina. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión Del Conocimiento y La Tecnología*, 10(3), 32–50. <https://upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/7440>
- Lin, S. (2022). Intención emprendedora de estudiantes chinos que estudian en universidades de la Comunidad de Madrid. *ESIC Market*, 53(2), e285. <https://doi.org/10.7200/esicm.53.285>
- Minedu. (2015). *Política de aseguramiento de la calidad de la Educación Superior Universitaria* (p. 36). Ministerio de Educación del Perú. <http://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/politica.pdf>
- Montufar, A. R. (2020). Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento. *Revista de Psicología y Ciencias Del Comportamiento de La Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 11(2), 132–146. <https://doi.org/10.29059/rpcc.20201215-121>
- OECD/DB. (2022). *Innovative and Entrepreneurial Universities in Latin America.* <https://doi.org/10.1787/ca45d22a-en>
- OECD. (2005). Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación. In C. de Madrid (Ed.), *OECD/Comunidades Europeas* (Vol. 66). EM La suma de Todos. <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- Oliver, A., Schneider, B. H., Galiana, L., Puricelli, D. A., Schwendemann, M., & Tomás, J. M. (2022). Entrepreneurship Attitudes and the Big Five: A Cross-Cultural Comparison Between Spain and the United States. *Anales de Psicología*, 38(1), 119–127. <https://doi.org/10.6018/ANALES.459511>
- ONU. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe. In *Publicación de las Naciones Unidas*.
- Paniagua-Rojano, F. J., & Vera-Hernández, M. (2021). Emprendimiento y futuro profesional del alumnado de periodismo. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(3), 909–920. <https://doi.org/10.5209/esmp.76275>
- Portillo, T. F., & Marin, A. M. (2020). Emprendimiento y Mipymes en época de

- emergencia sanitaria. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (pp. 1–13). Universidad Católica de Colombia, Bogotá D.C. <https://n9.cl/jzvo>
- Ramos, E. V., Cuadra, V., Falla, C. de L., Castro, M. I. e Izquierdo, J. R. (2023). Emprendimiento femenino en estudiantes universitarios: una revisión de literatura. *Revista Conrado*, 19(90), 203- 213.
- RED GEM ESPAÑA. (2020). *Situación del Emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Análisis y recomendaciones* (pp. 1–27). Observatorio del Emprendimiento de España. <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/05/InformeGEM-COVID-19-2020.pdf>
- Reyes, C. E. G. (2019). (2019). Estrategia metodológica para elaborar el estado del arte como un producto de investigación educativa. *Medisan*, 23(3), 1–14. <https://doi.org/10.19137/praxiseducativa-2019-230307>
- Rodríguez, A. (2024). *Los 10 mejores negocios para emprender en 2024*. Forbes. <https://forbes.co/2024/01/16/negocios/los-10-mejores-negocios-para-emprender-en-2024>
- Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín, J. L., & Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relationship between profile and entrepreneurial vision of university students. *Retos. Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 12(23), 67–82. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.04>
- Ruiz-Navarro, J., Diáñez-Gonzales, J. P., Franco-Leal, N., Sánchez-Vásquez, J. M., & Camelo-Ordaz, C. (2021). *Informe Guesss España 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*. GUESSS. [https://guesss-spain.com/presentacion\\_informe\\_guesss\\_2021](https://guesss-spain.com/presentacion_informe_guesss_2021)
- Sánchez-Bayón, A. (2020). Transición digital y transformación empresarial y laboral: una visión panorámica. *Revista Gaceta Laboral*, 26(2), 107–138. <https://0rcid.org/0000-0003-4855-8356>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. In *Universidad Ricardo Palma Vecerrectorado de Investigación* (Primera Ed). Universidad Ricardo Palma (URP). <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1480/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Silva-Peralta, Y. F., Rompató, M. E., & Pujol-Cols, L. (2022). Emprendimiento Social: Facilitadores personales percibidos por estudiantes universitarios durante la pandemia en Argentina. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(2), 63–81. <https://doi.org/10.22507/rli.v19n2a5>
- Sopó, G. R., Salazar, M. B., Guzmán, E. A., & Vera, L. G. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista Espacios*, 38(24), 24–38. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n24/a17v38n24p24.pdf>
- Sumba-Bustamante, R. Y., Almendariz-Gonzalez, S. M., Baque-Chancay, C. L., & Aliatis-Bravo, V. G. (2020). Entrepreneurship in time of covid-19: From traditional to electronic commerce Empreendedorismo. *P&CAIP Capacitaciòn. Investigaciòn Publicaciòn*, 5(4), 137–164. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.300>
- Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Silva-Aravena, E., & Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación Universitaria*, 14(4), 103–112. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062021000400103>
- Vales, J. R., Verástegui, B. V., Martínez, E. M., & Cotaquispe, L. A. (2022). La actitud emprendedora en los estudiantes egresados de colegios públicos en

Perú. *Sinergias Educativas*, 1–11.  
<https://sinergiaseducativas.mx/index.php/revista/article/view/320>  
Villacis, J. F., Méndez, J. C., & Méndez, M. A. (2018). Actitud emprendedora: motor de liderazgo e innovación. *Contribuciones a La Economía*, 1–13.  
<https://www.eumed.net/rev/ce/2018/1/actitud-emprendedora.html>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nº de Ítems	Escala de medición
Actitudes de emprendimiento	Es la acción humana emprendedora para generar valor, a través de la producción o desarrollo de la actividad económica, por medio de identificar y explotar nuevos productos, procesos TIC o habilitados para las TIC (Bogdanowicz, 2015)	La variable fue operacionalizada considerando el cuestionario validado en un artículo científico, cuyas dimensiones y los indicadores se detallan (Montufar, 2020)	Tendencia a las actividades emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tiempo invertido en emprendiendo</li> <li>✓ Proyectos de emprendimiento</li> <li>✓ Capacitaciones</li> <li>✓ Capacidad de dirección</li> <li>✓ Oportunidades de negocio</li> </ul>	1,2,3,4,5,6,7,8.	Escala ordinal (Likert) ✓ Muy de acuerdo (4) ✓ De acuerdo (3) ✓ En desacuerdo (2) ✓ Completamente en desacuerdo (1)
			Percepción de ineficacia	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tendencia a procrastinar</li> <li>✓ Incapacidad para tomar decisiones</li> <li>✓ Dependencia para emprender</li> </ul>	9,10,11,12,13,14.	
			Aversión al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tendencia a la preocupación</li> <li>✓ Tendencia a evadir situaciones de riesgo</li> <li>✓ Incapacidad para tomar riesgos</li> </ul>	15,16,17,18,19,20.	<b><u>Niveles y rangos</u></b>
			Propensión al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tendencia a asumir riesgos</li> <li>✓ Nivel de motivación a nuevos proyectos</li> <li>✓ Apertura a nuevas experiencias</li> </ul>	21,22,23,24,25.	<b>Alto (91-120)</b> <b>Moderado (61-90)</b> <b>Bajo (30-60)</b>
			Tendencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Innovación y cambio</li> <li>✓ Nuevas formas de resolver problemas</li> <li>✓ Trabajar con personas innovadoras</li> <li>✓ Emprendimiento como opción</li> </ul>	26,27,28,29,30.	

Cuestionario Tomado de Montufar, A. R. (2020) <https://revistapcc.uat.edu.mx/index.php/RPC/article/view/391/370>

## ANEXO 2: CUESTIONARIO: ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO

Estimada(o) estudiante: el presente cuestionario corresponde a un estudio de investigación y tiene por objetivo "Determinar la relación entre el liderazgo emprendedor y las actitudes hacia el emprendimiento". En tal sentido, marque la opción que mejor refleje su autoevaluación. Es anónimo y en tal sentido, exprese su participación voluntaria en este estudio:

SÍ  NO   
 Carrera profesional \_\_\_\_\_ Género: M  H   
 Edad: \_\_\_\_\_

Ítems / Escala de medición	Completa-mente en desacuerdo	En Desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
<b>DIMENSIÓN 1: Tendencia a las actividades emprendedoras</b>				
1. Buena parte de mi tiempo la invierto en algún proyecto que estoy emprendiendo				
2. He emprendido proyectos para generar dinero, aunque aquéllos no sean muy grandes				
3. Puedo emprender un nuevo negocio y salir airoso en tal empresa				
4. Tomo cursos o me capacito para crear mi propia empresa				
5. Me considero capaz de dirigir una empresa pequeña				
6. Soy capaz de tener personal a mi mando				
7. Me agrada descubrir oportunidades de negocio				
8. Me gustaría tener empleados, aun teniendo en cuenta la responsabilidad que eso implica				
<b>DIMENSIÓN 2: Percepción de ineficacia</b>				
9. Si finalizo algo, es más bien por el temor a las consecuencias de no haberlo acabado				
10. A los primeros intentos de completar una tarea, si no lo consigo, comienzo mejor con otra actividad				
11. Creo que es mejor no estar en posición de tomar decisiones, ya que así uno evita equivocarse				
12. Generalmente los demás toman decisiones por mí				
13. Dependo mucho de otros para hacer las cosas que me he propuesto				
14. Me desagrada todo el conjunto de procesos que implican crear una empresa				
<b>Dimensión 3: Aversión al riesgo</b>				
15. Me preocupo con mucha facilidad, por eso prefiero evitar situaciones riesgos				
16. No me agrada aceptar riesgos				
17. Me desanima la probabilidad de poner en riesgo mi capital si emprendiera algún proyecto				
18. Crear una empresa es un asunto que no va conmigo				
19. A la hora de pensar en nuevas ideas, prefiero que no me tomen en cuenta				
20. Ser una persona que corre riesgos es más una debilidad que una fortaleza				
<b>Dimensión 4: Propensión al riesgo</b>				
21. El riesgo que implica hacer algo nuevo me alienta a hacerlo				
22. La verdad es que comúnmente asumo riesgos				
23. Los riesgos que promete el comenzar un nuevo proyecto me motivan a intentarlo				
24. Me gusta aventurarme en nuevos proyectos, muy a pesar del factor fracaso				
25. Me agrada estar en constante cambio, aunque ello implique algún tipo de riesgo				
<b>Dimensión 5: Tendencia al cambio</b>				
26. Disfruto haciendo las cosas de diferente modo cada vez que me es posible hacerlo				
27. Experimento una sensación de logro cuando descubro una nueva forma para resolver algún problema				
28. Me motiva demasiado tener la oportunidad de llevar a cabo las actividades de modo diferente a como usualmente se hace				
29. Me alegra cuando puedo trabajar con personas innovadoras, a las que les atraen los cambios				
30. Creo que emprender un negocio es una buena opción para obtener ingresos				

Autor: Montufar, A. R. (2020) <https://revistapcc.uat.edu.mx/index.php/RPC/article/view/391/370>

## ANEXO 3: VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO

Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales

Vol. 11 Núm. 2 (julio-diciembre 2020)

Recibido: 29/01/2020 Aceptado: 11/11/2020 Publicado: 15/12/2020 DOI: 10.29059/rpcc.20201215-121

Investigación empírica y análisis teórico

### Diseño y validación de una escala para medir las actitudes hacia el emprendimiento

### Design and validation of a scale measuring attitudes toward entrepreneurship

Montufar Melo, Antonio Rohman<sup>1</sup>

Tabla 7

*Coeficientes alpha de Cronbach de cada uno de los factores del instrumento.*

Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Tendencia a las actividades emprendedoras	Percepción de ineficacia	Aversión al riesgo	Propensión al riesgo	Tendencia al cambio
.840	.793	.836	.795	.727

Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO

---

### Consentimiento informado

**Título de la investigación:** Factor determinante en las actitudes de emprendimiento desde la percepción de estudiantes de una universidad privada de Lima, 2024

**Investigador (a):** Grecia Hillary Todco Torres

#### **Propósito del estudio:**

**Le invitamos a participar en la investigación titulada** "Factor determinante en las actitudes de emprendimiento desde la percepción de estudiantes de una universidad privada de Lima, 2024" cuyo objetivo es determinar comparativamente el factor determinante en las actitudes de emprendimiento de los estudiantes de una universidad privada de Lima, 2024. Esta investigación es desarrollada por una estudiante del programa de estudio Posgrado en Maestría de Administración - MBA, de la Universidad César Vallejo del campus de San Juan de Lurigancho, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

#### **Procedimiento:**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales.
2. Las respuestas al cuestionario entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

#### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación, si no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de no maleficencia):** Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):** Se le informa que los resultados de la investigación se alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

---

**Confidencialidad (principio de justicia):** Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:** Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el investigador Grecia Hillary Todco Torres, email: [gtodco@ucvvirtual.edu.pe](mailto:gtodco@ucvvirtual.edu.pe) y asesores: Sebastián Sánchez Díaz email: [ssanchezdi@ucvvirtual.edu.pe](mailto:ssanchezdi@ucvvirtual.edu.pe) o Roque Juan Espinoza Casco email: [jespinoza@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jespinoza@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento:**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada. Nombre y apellidos: [colocar nombres y apellidos]  
Fecha y hora: [colocar fecha y hora].

Nombre y apellidos: Grecia Hillary Todco Torres

Firma(s):

Fecha y Hora: 13/06/2024 22:56

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'GHT', is written over a faint rectangular grid background.

## ANEXO 6: ANÁLISIS COMPLEMENTARIO

### CALCULO DE CONFIABILIDAD

Para el cálculo de la confiabilidad se usó Alfa de Cronbach, se aplicó el instrumento que mide la variable " Actitudes de emprendimiento " a un grupo de 25 estudiantes fuera de la muestra. Para valorar los índices de confiabilidad obtenidos se utilizó la siguiente calificación.

Valor Alfa	Consistencia
0 – 0,20	Muy baja
0.21 - 0,40	Baja
0,41 – 0,60	Regular
0,61 – 0,80	Aceptable
0,81 – 1,00	Elevada

Fuente: Adaptado Hernández Sampieri et al (2014)

Resultados del análisis de confiabilidad.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	30

Fuente: SPSSv25

Nota. Del análisis de confiabilidad aplicado al grupo piloto de 25 estudiantes, se concluye que el instrumento utilizado en la presente investigación cumple con el criterio de estabilidad adecuada, obteniendo un alfa de Cronbach de 0,716. Este valor indica un nivel de confiabilidad aceptable, lo que confirma la solidez psicométrica del instrumento. Por lo tanto, se considera adecuada su aplicación para la muestra principal del estudio, asegurando que las mediciones de la variable " Actitudes de emprendimiento " sean consistentes y fiables.

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30	
1	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	1	2	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	3	4	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	
3	4	4	2	2	3	4	4	4	1	4	4	2	1	2	1	1	4	4	1	1	4	2	4	2	1	2	3	4	4	3	
4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	
5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	
6	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
7	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
8	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	1	2	1	3	2	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	3
9	3	4	2	1	2	4	3	4	2	1	2	4	3	4	2	1	2	4	3	4	2	1	2	4	3	4	2	1	2	4	
10	4	1	2	1	2	4	1	2	4	3	1	1	3	3	3	1	3	2	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	
11	3	3	4	3	3	3	4	1	4	4	2	4	2	1	1	3	1	2	4	1	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	
12	1	2	4	4	4	4	1	4	3	3	1	4	1	4	1	4	1	4	4	2	3	3	3	1	4	1	1	2	2	4	
13	1	4	3	1	2	2	4	4	2	2	3	4	4	1	2	4	2	4	4	2	4	3	4	3	1	1	3	3	2	3	
14	2	4	3	1	4	2	1	3	2	4	3	2	3	1	4	1	3	3	4	3	4	3	4	1	3	4	1	1	2	1	2
15	3	1	2	3	3	4	3	1	2	2	2	2	3	2	4	2	1	3	1	2	4	1	4	3	2	2	3	1	1	2	
16	4	3	2	4	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	4	4	1	1	3	4	1	3	3	3	3	1	4	2	
17	4	3	4	1	2	4	2	4	4	1	3	2	1	4	3	3	3	4	1	1	2	4	4	1	1	3	3	2	1	2	
18	4	4	3	4	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	
19	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
20	4	3	3	4	3	3	3	4	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	
21	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	1	2	4	4	4	4	2	1	2	1	3	1	3	4	3	4	3	3	
24	2	1	2	4	1	1	2	1	2	3	3	1	2	1	1	4	3	1	4	4	4	4	4	3	1	2	4	4	1	3	1
25	3	2	1	4	2	3	2	2	3	3	4	2	1	1	2	3	2	1	1	2	4	1	4	2	4	3	2	4	2	2	

## PRUEBA DE NORMALIDAD: Prueba de Kolmogorov-Smirnov

Es un estadístico no paramétrico que se utiliza para corroborar si la distribución se adecua o no a la distribución que se espera, en especial a la distribución normal a muestras mayores de 50 ( $n > 50$ ). El resultado de dicho test nos indicará de manera eficaz la elección del test que se utilizará en el siguiente proceso. En efecto, si la variable es una variable continua con una distribución normal, se procederá a la aplicación de técnicas paramétricas. En caso sea una variable discreta no normal, se procederá a aplicar técnicas no paramétricas ya que al aplicar técnicas paramétricas darían resultados de validez dudosa.

Hipótesis de normalidad.

$H_0$   $p \geq 0,05$  los datos siguen una distribución normal

$H_1$   $p < 0,05$  los datos presentan distribución normal

### Prueba de normalidad de las variables de estudio

		Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
Carrera Profesional		Estadístico	gl	Sig.
Administración	Actitudes de emprendimiento	,281	327	,000
	Tendencia a las actividades emprendedoras	,393	327	,000
	Percepción de ineficacia	,340	327	,000
	Aversión al riesgo	,353	327	,000
	Propensión al riesgo	,390	327	,000
	Tendencia al cambio	,384	327	,000
Marketing	Actitudes de emprendimiento	,361	409	,000
	Tendencia a las actividades emprendedoras	,483	409	,000
	Percepción de ineficacia	,258	409	,000
	Aversión al riesgo	,248	409	,000
	Propensión al riesgo	,459	409	,000
	Tendencia al cambio	,470	409	,000
Negocios internacionales	Actitudes de emprendimiento	,318	264	,000
	Tendencia a las actividades emprendedoras	,340	264	,000
	Percepción de ineficacia	,448	264	,000
	Aversión al riesgo	,438	264	,000
	Propensión al riesgo	,342	264	,000
	Tendencia al cambio	,335	264	,000

Nota. Calculado en base a los datos.

Nota. Para el Emprendimiento y sus dimensiones segmentados de acuerdo con la carrera, podemos concluir que según el  $p = 0,000 < 0,05$ , los datos no se distribuyen de manera normal y rechazamos la hipótesis nula; por consiguiente, se aplicó Kruskal Wallis por ser una prueba estadística no paramétrica con un nivel de significancia de 0,05.

**Regla de Decisión:** Si  $p \leq 0,05$  se rechaza  $H_0$