



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de
Huaycán – Lima 2024**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Jacome Mallco, Milagros Helen (orcid.org/0009-0004-7797-9111)

ASESORA:

Dra. Carhuancho Mendoza, Irma Milagros (orcid.org/0000-0002-4060-5667)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2024



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CARHUANCHO MENDOZA IRMA MILAGROS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024", cuyo autor es JACOME MALLCO MILAGROS HELEN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16%, 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, 10 de Diciembre del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CARHUANCHO MENDOZA IRMA MILAGROS DNI: 40460914 ORCID: 0000-0002-4060-5667	Firmado electrónicamente por: IMILAGROSCM el 10-12-2024 16:50:12

Código documento Trilce: TRI - 0951268



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, JACOME MALLCO MILAGROS HELEN estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – 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.

Nombres y Apellidos	Firma
MILAGROS HELEN JACOME MALLCO DNI: 77015018 ORCID: 0009-0004-7797-9111	Firmado electrónicamente por: MIJACOMEMA el 10- 12-2024 12:56:58

Código documento Trilce: TRI - 0951306

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mi familia, a mis padres por su amor y apoyo constante, principalmente a mis hermanos, espero les sirva de ejemplo de que todo se puede lograr.

Agradecimiento

Mi agradecimiento a la universidad por abrirme las puertas y darme la oportunidad de avanzar con mi carrera profesional, y la docente por habernos brindado su disposición y habilidades fundamentales para la culminación de esta tesis.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula.....	i
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	ii
Declaratorio de Originalidad del Autor.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Resumen.....	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	17
III. RESULTADOS.....	20
IV. DISCUSIÓN.....	25
V. CONCLUSIONES	29
VI. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Prueba de Correlación de Spearman entre la actitud empresarial y el control conductual de los emprendedores jóvenes.	22
Tabla 2. Prueba de Correlación de Spearman entre la capacidad de realización y el control conductual de los emprendedores jóvenes.	22
Tabla 3. Prueba de Correlación de Spearman entre la capacidad de planificación y el control conductual de los emprendedores jóvenes.....	23
Tabla 4. Prueba de Correlación de Spearman entre la capacidad de relacionarse socialmente y el control conductual de los emprendedores jóvenes.	24

Resumen

La presente investigación titulada “Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024”, aportó a la ODS 8, cuyo fin fue: “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”; éste, permitió generar oportunidades de empleo en los jóvenes, reconociendo su potencial en la creación de una sociedad mejor con sus ideas valiosas e iniciativas para ser auténticos impulsores de cambios. El objetivo principal del estudio fue Determinar la relación de la actitud en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. La investigación se enfocó a un tipo correlacional que intentó comprobar la relación entre las variables actitud y control conductual. La población estuvo constituida por 50 jóvenes emprendedores del parque industrial de Huaycán, la muestra por 44 emprendedores. La técnica empleada fue la encuesta y como instrumentos, cuestionarios de tipo Lickert. El resultado de acuerdo al valor de Rho Spearman fue de 0.689 por lo tanto, se rechaza la H_0 , y se confirma la hipótesis de confiabilidad general del instrumento. Se llegó a concluir que la actitud se relaciona positivamente en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán.

Palabras clave: actitud, control conductual, emprendedores, jóvenes.

Abstract

The present research entitled “Attitude and behavioral control in young entrepreneurs of Huaycán – Lima 2024”, contributed to SDG 8, whose purpose was: “Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and work decent for all”; This made it possible to generate employment opportunities for young people, recognizing their potential in creating a better society with their valuable ideas and initiatives to be authentic drivers of change. The main objective of the study was to determine the relationship between attitude and behavioral control of young entrepreneurs from Huaycán – Lima 2024. The research focused on a correlational type that attempted to verify the relationship between the variables attitude and behavioral control. The population was made up of 50 young entrepreneurs from the Huaycán industrial park, the sample was made up of 44 entrepreneurs. The technique used was the survey and as instruments, Likert-type questionnaires. The result according to the Rho Spearman value was 0.689, therefore, H0 is rejected, and the hypothesis of general reliability of the instrument is confirmed. It was concluded that attitude is positively related to the behavioral control of young entrepreneurs from Huaycán.

Keywords: attitude, behavioral control, entrepreneurs, young people.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento está adquiriendo una importancia creciente debido a su impacto directo en la reducción de la brecha laboral y económica. Promover una actitud o espíritu empresarial es crucial para fomentar el progreso y asegurar un crecimiento profesional y económico sólido. Este enfoque impulsa la incursión en nuevos mercados, el desarrollo de productos y servicios novedosos, sustentables y de alta calidad, lo que permite a las empresas ser competitivas y valoradas por los clientes. Por lo tanto, es crucial desarrollar y fortalecer los diversos factores que lo impulsan.

A nivel global, según las estadísticas del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2022, el emprendimiento juvenil es fundamental para el avance social y económico. Sin embargo, muchos jóvenes, especialmente los que provienen de entornos desfavorecidos y no cuentan con una educación adecuada, enfrentan dificultades al intentar iniciar sus propios negocios. El 94% de los jóvenes en España no llevan a cabo proyectos por falta de conocimientos y recursos económicos, según dicha investigación, casi el 70% de los jóvenes creen que emprender no es un trabajo fácil y los hombres son más optimistas que las mujeres por su miedo al fracaso. Estos inconvenientes que hacen frente los jóvenes en España a la hora de plasmar sus ideas en proyectos de emprendimiento se deben a que tienen un acceso limitado a las universidades y a una educación de calidad, como se puede comprobar en muchos barrios desfavorecidos de la ciudad de Madrid y otros grupos de similar condición.

Por su lado, la CEPAL (2019) informó que, en América, aproximadamente el 16% de los jóvenes genera ingresos a través del emprendimiento. Muchos de ellos provienen de familias de ingresos medios o bajos, lo que dificulta su acceso a financiamiento para llevar a cabo sus ideas de negocio. A pesar de su capacidad para innovar y su actitud favorable hacia el riesgo, su tasa de éxito no es muy alta.

En América Latina, los jóvenes se particularizan por su actitud emprendedora, que según Brother International Corporation, revela una tendencia ventajosa hacia el emprendimiento y la generación de mayores puestos laborales en países como Colombia, Costa Rica, Ecuador y Panamá; no obstante, muchos jóvenes al querer emprender sienten miedo al iniciar, no reconocen sus cualidades como la confianza y la disposición para afrontar sus retos de emprendimiento (América Retail, 2020).

La Asociación de emprendedores del Perú (2019) según su consultor Dale, habló sobre la innovación, emprendimiento y los motivos para la caída de muchos emprendimientos, quien enfatizó que estos negocios fracasan porque los que desarrollan tales negocios no muestran una mentalidad abierta, no eligen alternativas que permitan solucionar sus carencias, no observan con minuciosidad, no son creativos, entre otros argumentos. Además, hace mención que, al estar inmiscuidos en un mundo lleno de oportunidades y riesgos, se deben de iniciar los proyectos lo antes posible.

Según un estudio efectuado por ESAN y el proyecto GEM Global Entrepreneurship Monitor (2019), el Perú a nivel mundial se ubica en el tercer puesto con mayor número de emprendimientos tempranamente establecidas, con una tasa del 24,6%. Esto significa que uno de cada cuatro personas en Perú ha iniciado un negocio, lo que puede resultar alentador. No obstante, con tantos emprendimientos, solo estamos en el sexto lugar en número de negocios creados a lo largo del tiempo común índice del 7,4%. Por otro lado, en este mismo estudio se precisó que Perú ocupa el lugar 45 de 54 a nivel global, en cuanto al número de emprendimientos que pasan la etapa inicial y se ven consolidadas.

Según datos del Comercio (2018), la tasa de mortalidad emprendedora del Perú es del 6,2% en comparación con el promedio regional del 5,2%, y el nivel de innovación es bajo, del 17,8% en comparación con el promedio regional de 23%. Por esta razón, no basta con un grupo pequeño de población, es necesario fortalecer el espíritu emprendedor de la mayoría de las personas y aprovechar su capacidad para crear soluciones innovadoras. Sin embargo, hoy en día, con una rápida integración en el mercado laboral, los jóvenes necesitan un mayor impulso y competencia en términos de métodos educativos. Por lo tanto, las iniciativas emprendedoras nacidas en la academia deben ser apoyadas con asesoramiento y financiación para su puesta en marcha en la generación de trabajos en el país (Gestión, 2018).

A nivel local, en Huaycán hay muchos jóvenes emprendedores con experiencia en el rubro textil, abarrotes, entre otros, que cuentan con negocios entre pequeños y grandes; ellos ven en su actividad emprendedora una motivación para impulsar sus propios negocios, el mismo que se ve fortalecido a pesar de las adversas condiciones de desempleo que enfrenta el país; no obstante, el problema es que, a pesar de que los jóvenes inician sus negocios con demasiado ánimo, muchos de ellos no poseen

una madurez y fracasan al poco tiempo, sea por falta de financiamiento, formación del emprendedor en habilidades y competencias que les permita actuar con actitud y contribuir a su vida diaria. La falta de actitud en los jóvenes de esta localidad, no les permite atender las quejas de los clientes, así como comprender qué productos ofrecen y a quién se dirigen; además, ignoran a la competencia y desconocen sus propias ventajas competitivas. Por último, dado que el emprendimiento es esencial para la economía, es fundamental controlarlo de forma continua, estableciendo estrategias para mantenerlo en funcionamiento y evitar que los negocios creados no lleguen a desaparecer del mercado.

El problema general de la investigación correspondió ¿Cómo se relaciona la actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?; los problemas específicos fueron:(a) ¿Cómo se relaciona la capacidad de realización en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?; (b) ¿Cómo se relaciona la capacidad de planificación en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?; (c) ¿Cómo se relaciona la capacidad de relacionarse socialmente en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?

La investigación se justifica desde la perspectiva teórica porque permitió confrontar la teoría del emprendimiento con la realidad, generando nuevo conocimiento a partir de los hallazgos obtenidos con contenidos útiles que servirán como marco teórico para investigaciones futuras. Igualmente, el estudio mostró relevancia metodológica, basándose en el método científico, con un diseño no experimental. Se inició con lo específico y se avanzó hacia lo general, utilizando para el estudio una muestra compuesta por un grupo de emprendedores perteneciente a la localidad en mención. Asimismo, el estudio abarcó toda la estructura desde el planteamiento del problema, objetivos e hipótesis, empleando instrumentos que fueron analizados con el programa estadístico SPSS para alcanzar sus resultados.

Justificación práctica, el presente estudio fue de utilidad a los jóvenes emprendedores de Huaycán, prestos a emprender en el mercado industrial donde se desenvuelven, consiguiendo de este modo la consolidación de sus negocios por medio de la creatividad, innovación, capacidad, constancia y actitud de iniciativa que contribuya al desarrollo de nuestro país. Socialmente, el estudio se justificó en evidenciar la variedad de emprendimientos que promueven los jóvenes de Huaycán

como un gran aporte de desarrollo y crecimiento industrial, y la generación de nuevos empleos en la comunidad.

El objetivo general de la investigación fue: determinar la relación de la actitud y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; los objetivos específicos fueron: (a) Determinar la relación de la capacidad de realización en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; (b) Determinar la relación de planificación en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; (c) Determinar la relación de la capacidad de relacionarse socialmente en el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Para el estudio, fue relevante examinar antecedentes internacionales, como Tarapuez et al. (2022), plantearon como objetivo establecer las principales asociaciones de las normas sociales, actitudes y variables de control de comportamiento con la intención emprendedora de los universitarios en Colombia. Concierno a un estudio de tipo descriptiva y correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y transversal. Trabajaron con un grupo compuesto por 636 científicos. Los resultados mostraron que los científicos participantes con un nivel de formación más alto estaban vinculados a la comercialización de los hallazgos de sus investigaciones. En conclusión, los científicos universitarios tuvieron empresa, fueron creados con un enfoque positivo de las normas sociales y las actitudes estudiadas.

Moreno et al. (2022) su objetivo fue analizar las actitudes de decisión de emprendimiento en mujeres de la provincia de Tungurahua en Ecuador. Estudio de enfoque cuantitativo y correlacional. Aplicaron un cuestionario compuesto de 28 elementos a una muestra representativa de 110 mujeres emprendedoras. Los resultados de la investigación indicaron que la decisión de emprender de estas mujeres de Tungurahua está estrechamente relacionada con su capacidad para identificar oportunidades, su persistencia, habilidades de planificación, sociabilidad y liderazgo. No obstante, uno de sus puntos débiles al elegir el camino del emprendimiento fue la planificación. En conclusión, la población de estudio carece de habilidades para planificar y controlar actitudes de emprendimiento.

Desde la posición de Escobedo et al. (2022) plantearon como objetivo realizar un diagnóstico de las actitudes emprendedoras en estudiantes que cursan el sexto semestre de la carrera de ingeniería en Gestión Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Centla. El estudio presentó un enfoque cuantitativo, descriptivo y diseño

no experimental transversal. Se usó un test para identificar los factores influyentes en el perfil del emprendedor: el test. Los resultados mostraron que las actitudes emprendedoras más evidentes fueron la: autonomía y compromiso, iniciativa y organización, visión e innovación. En conclusión, la población entrevistada revela un potencial para emprender, así como un ahínco para poner en orden sus ideas, así como la facultad para perfeccionarlas.

De acuerdo a Gálvez (2020) determinó describir el nivel de intención de crear empresas propias de los estudiantes universitarios y barreras involucradas en ello. Estudio de corte transversal, descriptivo y explicativo. La población estuvo constituida por 533 matriculados en la carrera de administración de empresas de la Universidad del Valle en Colombia; sin embargo, se trabajó con una muestra integrada por 246 alumnos. Los resultados arrojaron que aproximadamente el 70% de los estudiantes se mostraban interesados en ser empresarios, a su vez incentivados para emprender, sin embargo, la falta de recursos económicos les generaba una desmotivación. Se concluye que, las recompensas a futuros para los estudiantes emprendedores se reflejan en una considerable alternativa de desarrollo.

Asimismo, Mahmood et al. (2020) en su estudio en Tailandia, determinó el efecto de rasgos empresariales seleccionados sobre la actitud de los Millennials de Asnaf en Malasia hacia el espíritu empresarial. Fue transversal de enfoque cuantitativo. Sus resultados estimaron que la necesidad de logro ejerce una influencia significativa y positiva en la actitud hacia el emprendimiento ($p < 0.01$; error estándar = 0.03; razón crítica = 0.17); así como la innovación presenta un efecto directo relevante y positivo en la actitud emprendedora ($p \leq 0.01$; error estándar = 0.04; razón crítica = 6.63). Se concluye que, la innovación, el autocontrol y la necesidad de logro tienen un notable impacto en la actitud emprendedora de los estudiantes.

Asimismo, estudios a nivel nacional como Vilca Coaquira (2024) quien determinó la relación entre la actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los alumnos de Administración del Instituto Público – Mañazo. Estudio de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional; trabajó con una población de 42 alumnos del tercer y quinto semestre. Se usó la encuesta y dos cuestionarios. Los resultados fueron validados con el software Excel y el programa SPSS. Se concluyó que las variables antes señaladas se relacionan positivamente.

Otra investigación fue de Mendez (2023) quien determinó la relación de la actitud y el control conductual en el emprendimiento juvenil del Perú. Además, formuló como hipótesis una correlación positiva entre las variables señaladas. Se adoptó un enfoque positivista, tipo sustantiva, correlacional causal, diseño no experimental, transversal y de método hipotético-deductivo, 385 jóvenes emprendedores de diversas universidades conformaron la muestra, se les tomó dos instrumentos y una encuesta para el recojo de datos. Los resultados encontraron una correlación significativa y positiva entre las variables, con un rango entre el 13.7% y el 48.9%. En conclusión, se demuestra lo relevante de impulsar una actitud positiva en los jóvenes, así como el desarrollo de habilidades conductuales.

De acuerdo a Quispe (2020), el objetivo fue demostrar la conexión entre la actitud emprendedora y la habilidad para establecer empresas en estudiantes de institutos superiores de la Región San Martín. Este estudio concierne a un enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional y utiliza un diseño no experimental, con una muestra de 616 estudiantes, quienes formaron parte de un cuestionario. Los resultados revelaron que la actitud emprendedora se relaciona ampliamente de forma directa y moderada ($\rho = 0.636$) con la idoneidad de crear empresas entre los alumnos de la región mencionada. En conclusión, se declara estadísticamente una relación positiva y moderada entre las variables examinadas.

También se tuvo a Camarena (2021), quien formuló como objetivo determinar la relación entre la actitud emprendedora y la capacidad de generación de microempresas en estudiantes del Instituto Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo. El estudio fue de tipo y nivel descriptivo con diseño correlacional, con una participación de 200 alumnos como población y 140 como muestra, a quienes se les aplicó un cuestionario. Sus resultados determinaron una correlación entre las variables mencionadas. En conclusión, casi el total de los estudiantes presentaron una actitud positiva frente al emprendimiento creado.

Finalmente, Morales (2021) tuvo como objetivo determinar la relación entre la actitud emprendedora y el espíritu empresarial en estudiantes de Ingeniería agronómica de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión. Fue un estudio de tipo correlacional, transversal, diseño no experimental. La muestra lo conformaron 140 alumnos. Los datos se obtuvieron de los cuestionarios aplicados. Se obtuvo el Cronbach de 0.807 para la variable actitud emprendedora y 0.952 para espíritu empresarial. El procesamiento se efectuó por medio del Microsoft Excel 2016 y SPSS

v25. En conclusión, se determinó una relación positiva fuerte y significativa entre las variables de estudio.

A continuación, se presentaron las teorías y enfoques conceptuales que fundamentan la presente tesis. A pesar de las diversas perspectivas, todas coinciden en que los emprendedores son un elemento esencial de la economía nacional. En este contexto, el emprendimiento juega un papel fundamental en el desarrollo del autoempleo. Una persona independiente y creativa, que posea las motivaciones, habilidades y recursos adecuados, puede evolucionar de autoempleado a emprendedor; pues le va permitir realizar tareas productivas de mayor valor, incrementar su producción, aumentar sus ganancias y contratar a más empleados, lo que a su vez fomenta la creación de más y mejores oportunidades laborales.

Una de las teorías mencionadas fue la de Freire, quien argumentó que todo proceso empresarial involucra tres elementos fundamentales: La base económica, el emprendedor como punto central y la necesidad de una idea de negocio viable en el mercado y capital para su desarrollo. Mostrar un acuerdo de esta teoría es considerar que el emprendimiento es una mentalidad y un estilo de vida que consiente en iniciar empresas enfocadas, aspectos económicos cruciales para obtener recursos e ideas al lanzar una nueva empresa. Sin embargo, estos elementos no siempre están garantizados. Es esencial determinar si los estudiantes poseen las actitudes y características necesarias, así como el entorno educativo les brinda apoyo adecuado. (Freire, 2004)

Otra teoría relevante fue la de Gibb (1996), un teórico neozelandés que analizó la conexión entre el emprendimiento y la educación, quien resaltó la importancia de esta relación y argumentó que las instituciones educativas, sin importar su nivel, deberían enfocarse en impartir enseñanzas sobre el espíritu empresarial desde las etapas iniciales del desarrollo. Asimismo, Gibb propuso un modelo constituido por cuatro elementos fundamentales: primero, los recursos diversos (tecnológicos, humanos, materiales e informativos); segundo, la concepción de la idea y su adaptación al mercado, que se refiere a la naturaleza del producto o servicio y su alineación con las demandas del mercado; en tercer lugar, las habilidades, que comprenden conocimientos, destrezas y competencias clave para cualquier emprendedor; y en cuarto lugar, la motivación y la determinación necesarias para llevar la empresa desde su comienzo hasta su pleno desarrollo. Estos cuatro

elementos deben complementarse con un quinto: la educación, que permite formar emprendedores de manera sistemática, reemplazando el empirismo por un enfoque científico fundamentado en la planificación.

Quevedo (2019) habla sobre la teoría de Joseph Schumpeter, quien argumentó que una persona emprendedora es esencialmente un innovador que impulsa el desarrollo económico. Este concepto no se limita necesariamente a capitalistas, empresarios o administradores, sino que abarca a aquellos individuos capaces de integrar los factores de producción con un enfoque innovador. La teoría de Schumpeter clasifica el proceso **en tres etapas: invención, innovación e imitación**. La invención se centra en la creación de un producto novedoso o en un proceso de producción para un producto ya existente. La innovación implica la implementación de invenciones previas, mejoradas o reinventadas, en productos industriales o comerciales; esta etapa es característica de los emprendedores. Por último, la imitación implica modificar aspectos no sustanciales del producto, lo que lleva a la creación de productos sustitutos y es típica de empresarios conservadores o seguidores.

La Teoría de la Escuela Austriaca sobre el emprendimiento, defendida por autores distinguidos como Mises, Hayek y Kirzner, que contrasta notablemente con las ideas de Schumpeter. Aunque ambos enfoques coinciden en que el emprendimiento es crucial para el sistema capitalista, difieren en su percepción de la naturaleza del emprendedor. Mientras Schumpeter enfatiza la capacidad innovadora del emprendedor, Mises destaca su habilidad para enfrentar la incertidumbre. En la actualidad, ambas competencias se consideran esenciales para el emprendedor moderno, quien debe ser innovador y estar dispuesto a crear o reinventar productos, así como tener una propensión al riesgo y estar preparado para afrontar lo desconocido (Bostaph, 2013).

Para Kirzner, la actividad empresarial es esencial para el funcionamiento del mercado, y el desarrollo económico surge como una consecuencia de este proceso. Además, la acción empresarial no se limita solo a los innovadores; los imitadores también son actores importantes en este contexto, y la actividad emprendedora solo se detiene una vez que se han explotado todas las oportunidades, incluidas las que

aprovechan los imitadores. En contraste, Schumpeter consideraba que la actividad empresarial era el motor del desarrollo económico.

Varela (2008) comenta sobre la Teoría del Proceso Empresarial que introdujo Albert Shapero, donde describe el crecimiento de los negocios a través de un conjunto de etapas interdependientes. En su enfoque, se considera el evento empresarial, o el surgimiento de un nuevo empresario, como una variable dependiente, mientras que el emprendedor o grupo empresarial y su entorno macroeconómico conforman variables independientes. Además, propone tres componentes clave para el desarrollo empresarial en su modelo: en primer lugar, el cambio en el estilo de vida, que implica abandonar viejas posturas y creencias para adoptar actitudes positivas hacia y en mira al emprendimiento, como la innovación, la asunción de riesgos y la capacidad para ver oportunidades donde otros ven obstáculos. En segundo lugar, la percepción de la factibilidad, que se refiere a la sensación de que el emprendimiento es viable y realizable. Y, en tercer lugar, la percepción de la deseabilidad o la voluntad de iniciar el negocio.

En este contexto, conforme a la teoría de Shapero el proceso de creación de nuevos negocios empresariales y la aparición de nuevos empresarios es el resultado de la interrelación de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos. Esto advierte que los entornos varían según el país o la región, lo que hace esencial desarrollar la capacidad de observar y analizar los cambios de manera integral. De este modo, se pueden identificar puntos de convergencia que aborden las nuevas necesidades que surgen.

Con respecto a la variable actitud, Moreno (2019) llegó a definirla como aquella función económica que las personas ejercen de manera independiente o dentro de una organización, es decir, aquellas que exploran o generan nuevas alternativas y aportan conocimiento al mercado; además en situaciones de preocupación, los emprendedores toman decisiones elementales sobre el empleo de recursos, productos, organizaciones y métodos de recompensa.

Por otro lado, Lozada (2018) lo refirió como la capacidad de generar o comenzar un proyecto, una empresa o un nuevo estilo de vida, impulsado por la confianza en uno mismo y la determinación de actuar en los de nuestras aspiraciones con empeño hasta convertirlas en realidad. Las personas necesitan una mentalidad

empresarial para aumentar la productividad, desarrollar estrategias de procesos y mejorar las operaciones comerciales en una cultura digital.

De acuerdo a Durán & Arias (2016) lo define como una creencia segura en la propia capacidad para desarrollar, crear, diseñar y ejecutar proyectos empresariales; vale decir, una idea de negocio viable requiere de esfuerzos diarios serios y de compromiso para convertirse en realidad, y con perspectivas comerciales en el futuro.

Diversos elementos como la realización, la creatividad e innovación caracterizan la actitud emprendedora como dinámica, la misma se manifiesta a través de la orientación al logro, el optimismo, motivación, disposición para asumir riesgos, tolerancia al fracaso, entre otras (Mas, 2020)

Por otro lado, Garcia (2016) amplía la comprensión del concepto de actitud emprendedora al describirla como un capital social individualizado que implica una conducta pro social, **la disposición para asumir riesgos y la innovación comercial**, aspectos que contribuyen al desarrollo empresarial en diversos sectores industriales.

Además, Sérída et al. (2013) definen la actitud emprendedora como la disposición universal de los individuos hacia la identificación de oportunidades, la aprobación del riesgo vinculado al inicio de un negocio, y la posesión de las destrezas esenciales para llevar a cabo un emprendimiento exitoso. Según Sánchez (2015), esta actitud se fundamenta en la **mentalidad y el entusiasmo de quienes desean emprender**. Por lo tanto, el proceso emprendedor no solo se limita a los conocimientos técnicos o teóricos del emprendedor, sino que también incluye aspectos internos como las actitudes que reflejan su disposición hacia el emprendimiento.

Para esta investigación se consideró a Lozada (2018) quien detalló que la actitud emprendedora hace uso de la confianza como fuente de inspiración para crear o dar comienzo a un proyecto, negocio o nueva forma de vida, y la determinación de ello, es perseverar hasta que las inquietudes se conviertan en realidad. Al respecto, el autor precisó tres dimensiones esenciales: La capacidad de realización, de planificación y para relacionarse socialmente. Donde la primera dimensión se vinculó con el esfuerzo dedicado para alcanzar metas y superar desafíos, avanzando constantemente hacia el progreso. La segunda dimensión, fue la habilidad para identificar metas, elaborar planes, reflexionar antes de actuar, reconocer oportunidades y mitigar amenazas circundantes; y la tercera dimensión se trató de

estados de ánimo positivos que se manifiestan en el respaldo al desarrollo del proyecto. Facilita la creación de conexiones efectivas con individuos o instituciones.

Un detalle importante plasmado, es que un individuo que carecen de actitud emprendedora suele tener bajas aspiraciones para alcanzar proyectos o metas en su vida. Además, estas personas tienden a mostrar un rendimiento académico deficiente, inseguridad y dificultades para elegir una profesión, lo que puede llevar al fracaso escolar y, en muchos casos, al desempleo. En este sentido, las habilidades sociales juegan un papel crucial al mejorar la autoestima, las relaciones interpersonales y la aceptación por parte de los demás. Estas habilidades son esenciales para alcanzar el éxito, entendiendo que el éxito no solo se mide por el aspecto económico, sino también por lograr un equilibrio en las áreas afectivas, personales y cognitivas.

Desde un enfoque educativo, fue crucial investigar la relación entre la actitud emprendedora y las habilidades sociales, por ser este sustancial para el diseño y desarrollo de programas e intervenciones que promuevan y estimulen actitudes emprendedoras. Estos programas cultivan competencias como el liderazgo, el trabajo en equipo, la motivación, el establecimiento de metas y el desarrollo de habilidades sociales. Además, al fomentar la confianza en sí mismos, estos programas contribuyen a la formación de individuos íntegros y preparados para enfrentar los diversos desafíos de la vida.

Por tanto, el desarrollo o fortalecimiento de actitudes emprendedoras influyen tanto en el propio emprendedor como en su comportamiento futuro respecto a la creación de negocios, según señalan los investigadores del campo social. Por ejemplo, Sánchez (2015) argumenta que el reconocimiento del potencial emprendedor surge de su actitud, y que un desarrollo adecuado de esta actitud aumenta las probabilidades de éxito, ya que el individuo tiene una comprensión clara de sus capacidades para emprender. Durán (2013) subraya que el perfil del emprendedor se forma principalmente por sus actitudes, y que una actitud positiva se refleja en cómo el emprendedor aprovecha las oportunidades que se presentan. Además, un elemento crucial en la formación de emprendedores debe centrarse en la gestión adecuada de las emociones, reconociendo que iniciar un negocio propio puede conllevar un desgaste emocional. Por lo tanto, esta autora sugiere que la formación se sustente en múltiples aspectos: un perfil equilibrado, el manejo de la incertidumbre, la superación de miedos, la generación de confianza y la clarificación de las consecuencias de la autosuficiencia. Estos elementos pueden guiar al individuo

hacia un perfil de optimismo y proactividad, promoviendo un uso adecuado de sus emociones.

Leite et al. (2015) añaden que la formación como emprendedor no solo depende de conocimientos técnicos, sino que también requiere el desarrollo de actitudes emprendedoras, lo que influye significativamente en la formación del emprendedor. Para fundar una empresa, es esencial buscar experiencias significativas y adquirir conocimientos que permitan emprender una aventura propia; cabe indicar que, este acopio de conocimientos es crucial y tiene un impacto significativo en las instituciones educativas, que deben asesorar y apoyar a los estudiantes en su adquisición. Sin embargo, el emprendedor no solo necesita conocimientos; también debe cultivar actitudes como la resiliencia, la capacidad de enfrentar problemas sin intimidarse, la constancia, el liderazgo, la creatividad, la innovación y la capacidad de persuasión. Un emprendedor debe ser capaz de convencer a sus clientes sobre la calidad de su producto o servicio, a sus socios sobre la necesidad de tomar decisiones y a sus empleados acerca de la relevancia de determinadas medidas, entre otros.

Hablar de actitud implica entender hasta qué punto el comportamiento de una persona puede ser positivo, impulsando la acción motivada. Una actitud optimista atrae oportunidades que deben aprovecharse, fortaleciendo el carácter y estableciendo metas claras. En empresas consolidadas y nuevos emprendimientos, la actitud es crucial para captar la atención de los empleados y, sobre todo, de los clientes y consumidores, quienes son el motor de cualquier organización. Es importante destacar que la actitud refleja el comportamiento en respuesta a los sentimientos y acciones humanas. Está estrechamente ligada a la motivación de cada individuo y, en el ámbito profesional, es el motor que impulsa una mentalidad emprendedora. Un análisis teórico y conceptual profundo revela que la actitud emprendedora es la conducta constante del líder empresarial, que aprovecha los recursos y genera resultados a partir de una actividad. Los líderes emprendedores tienen en cuenta diversos aspectos, como las opiniones, los objetos o eventos, así como los aspectos emocionales y comportamentales de su entorno (Mora et. al, 2016)

Es fundamental resaltar que la actitud emprendedora está íntimamente vinculada con la innovación, la autoestima, la predisposición al riesgo y el sentido de control interno del emprendedor. En este sentido, se puede argumentar que cualquier

actividad comercial o de negociación surge de una actitud positiva por parte del emprendedor. Una autoestima elevada es esencial para lograr éxito en las negociaciones, donde la innovación y las tendencias digitales juegan un papel crucial. En este contexto, la actitud emprendedora debe estar profundamente conectada con la gestión empresarial, actuando como base para la implementación de estrategias innovadoras y la adaptación a un entorno digital en constante evolución.

La confianza del emprendedor es elemental para desarrollar su potencial y alcanzar resultados efectivos. Es necesario que el emprendedor adquiera habilidades para aprender del fracaso y reflexionar sobre las derrotas, ya que esto es fundamental para su formación. Persistir a pesar de los obstáculos es uno de los factores esenciales para lograr el éxito en los negocios. (Guerrero, 2020). Además, la educación desempeña un papel importante al proporcionar información adecuada que ayude a concienciar sobre los desafíos que enfrenta un emprendedor. En tanto, el ser humano es indudablemente emocional y, por lo tanto, la toma de decisiones automáticamente estará influenciada por diversos sesgos. Si bien las emociones pueden alcanzar un control, es difícil eliminarse por completo. Afortunadamente, hay mecanismos que ayudan a mitigar su impacto, como la precaución. Es responsabilidad de quien toma la decisión distanciarse de las impresiones generadas por el entorno, que pueden hacer que parezca que dicha decisión es completamente racional cuando en realidad no lo es. Es importante reconocer que ser racional es más complicado de lo que parece. Así, tomar una decisión implica transformar un evento del estado real al estado deseado, y no lograrlo o desarrollarlo de modo diferente a lo planeado se considera un fracaso. Sin embargo, aunque el fracaso no sea el resultado anhelado, a nivel personal no debe verse como un tema negativo, sino como una opción para aprender y perfeccionarse.

Según Revelo et.al (2017) la actitud emprendedora se caracteriza por la proactividad, la ética profesional, que incluye la empatía, la autonomía y la innovación en la toma de riesgos frente a desafíos. Estos desafíos, a su vez, sirven para focalizar ideas novedosas y gestionar coyunturas específicas en el desarrollo de los negocios. Tanto la generación de nuevas ideas como el fortalecimiento de las existentes permiten la gestión, medición y evaluación de productos o servicios, desarrollando estrategias emprendedoras basadas en oportunidades concretas para mejorar la productividad empresarial. Por otro lado, la autoestima juega un papel crucial al determinar el grado de capacidad y eficiencia con el que el emprendedor se percibe

a sí mismo, lo que alimenta el espíritu motivador necesario para emprender y desarrollar las competencias primordiales para lograr la productividad anhelada.

El riesgo es una competencia inherente a todo emprendedor, ya que es él quien asume la identificación de posibilidades y su aprovechamiento para desarrollar competitividad en la empresa. Esta competitividad transforma al emprendedor en un estratega exitoso, gracias a su dedicación y pasión por abrir nuevos caminos administrativos en el entorno laboral, promoviendo una competencia máxima para lograr resultados sobresalientes. (Diez, 2016), destaca que el emprendimiento es, sin duda, un impulsor de crecimiento económico y generador de empleo, donde el estudio del comportamiento empresarial alinea la investigación para garantizar oportunidades de negocio. La autoeficacia, que implica la confianza del emprendedor en sus habilidades, aporta convicción en las negociaciones y en la toma de decisiones. Este autor sostiene además que el comportamiento emprendedor incentiva la proactividad en las negociaciones, donde el riesgo es claro y la innovación actúa como aliado estratégico.

Con relación a la variable control conductual Vamvaka et al. (2020) definen como la percepción, evaluación y respuesta de una persona ante eventos observados que pueden simbolizar utilidad o un riesgo inmediato. Por otro lado, Elnadi y Gheith (2021) que se trata del poder de controlar las decisiones en una situación dada; también Bosnjak et al. (2020) se relaciona con la facultad que posee el individuo para efectuar una determinada conducta. Según Guzmán et al. (2020) es la creencia personal de la idoneidad de vigilar los inconvenientes existentes para desarrollar una conducta.

El control del comportamiento involucra factores tanto internos como externos. Por otra parte, Saucedo y Chuquisaca (2018) consideran que estas son las creencias de un individuo sobre las habilidades necesarias para realizar con éxito un comportamiento particular. Estas creencias pueden basarse en la propia experiencia con el comportamiento o en información sobre el comportamiento de familiares y amigos, así como depender de otros elementos que permitan aumentar o disminuir la dificultad percibida para realizar dicho comportamiento.

Para la investigación se consideró a Guzmán et al.(2020) el control conductual es la convicción personal de tener la capacidad de manejar las dificultades presentes para llevar a cabo una conducta específica. Se estableció dos dimensiones: Factores internos y factores externos. Los factores internos incluyen habilidades físicas y

psicológicas, mientras que los externos abarcan aspectos como el tiempo disponible, las oportunidades, los recursos necesarios y la posible dependencia de terceros. En resumen, se refiere a cómo el joven percibe su capacidad para enfrentar la presión social y lograr lo que desea.

Esta noción del emprendimiento como un comportamiento surge al contemplar que los atributos del emprendedor, tal como los define la economía y después la psicología a través de los rasgos de la personalidad, no explican de manera consistente el fenómeno. Por lo tanto, este enfoque plantea que emprender es un proceso más que una cuestión de atributos individuales. En este proceso, los atributos personales desempeñan un papel secundario, aunque no principal, en el desarrollo del emprendimiento (Gartner, 1988). De este modo, se comprende que el emprendimiento es un proceso a través del cual el emprendedor lleva a cabo una serie de acciones y toma las medidas primordiales para lograr que sus metas se materialicen efectivamente (Ortiz, 2021) a este conglomerado de acciones se le llama comportamiento emprendedor.

El creciente interés en fomentar la actitud emprendedora responde a una necesidad tangible en nuestra sociedad y está relacionado con el desarrollo tanto personal como profesional. Desde una edad temprana, las personas buscan formas de aprovechar sus habilidades, talentos e incluso sus productos.

Para los propósitos de este estudio, el comportamiento emprendedor se describe como una inclinación conductual basada en diversas habilidades genéricas que buscan transformar la situación actual de un individuo con el fin de alcanzar un objetivo específico o una meta personal en un entorno particular. Esto sugiere que el comportamiento emprendedor tiene aplicaciones no solo en el ámbito empresarial, sino también en contextos sociales, organizacionales, académicos y otros.

Desde esta perspectiva, Teague & Gartner (2017) refieren que personas inmersas en el proceso emprendedor han explorado una serie de actividades, como la consideración seria de iniciar una empresa, la inversión de capital propio en el nuevo negocio, el inicio del ahorro de dinero para la empresa, y el desarrollo del modelo de negocio. Además, se incluyen acciones como la búsqueda activa de oportunidades empresariales, el reconocimiento de dichas oportunidades cuando surgen, el conocimiento del mercado, la industria y los clientes potenciales, así como la expansión y mejora de las redes sociales de apoyo, prestando especial atención a su calidad (Baron, 2007).

Conforme a lo expuesto, el emprendimiento es un proceso esencial para la economía de un país, destacándose por su capacidad de generar empleo a partir de las ideas de los emprendedores. Por lo tanto, las investigaciones en este ámbito se enfocan en fortalecer la mejora de los procedimientos, siempre fundamentándose en las necesidades reales de los emprendedores. Tal es así que, el progreso de las comunidades se basa en gran medida de la actividad económica que generan sus miembros dentro del contexto de las condiciones sociopolíticas, tecnológicas y del entorno en general. Es un hecho que las organizaciones son entidades sociales creadas y diseñadas por miembros de una comunidad para cubrir sus necesidades de la manera más eficiente posible. Sin embargo, también es cierto que estas organizaciones están inmersas en un entorno donde diversos factores, tanto externos como internos, influyen en la efectividad de su labor productiva. La actividad económica formal en las sociedades surge principalmente de diversas iniciativas, impulsadas en gran medida por la identificación de oportunidades y el desarrollo de proyectos específicos. Para llevar a cabo estas iniciativas, quienes deciden emprender necesitan competencias particulares. En este contexto, el emprendimiento como forma de vida ha sido interpretado por muchos como la creación de negocios en el sector productivo; no obstante, emprender también abarca cualquier iniciativa relacionada con la creación de proyectos sociales, culturales, ambientales y tecnológicos.

Después de lo descrito, se plantea la siguiente hipótesis general: La actitud se relaciona con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; y las hipótesis específicas serán: (a) La capacidad de realización se relaciona de manera significativa con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; (b) La capacidad de planificación se relaciona de manera significativa con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; (c) La capacidad de relacionarse socialmente se relaciona de manera significativa con el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

II. METODOLOGÍA

El estudio se enmarcó en el paradigma positivista, que postula que el conocimiento se deriva de la experiencia del sujeto, es decir, del empirismo (Ramos, 2015); además, se destaca que mientras sea posible medir las situaciones investigadas, este enfoque resulta muy enriquecedor y de interés.

Así mismo, el conocimiento existente consideró válido debido a la experiencia del investigador, y se busca una validación a través de la experimentación, lo que lo caracteriza como un conocimiento científico formal (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2019).

El enfoque fue cuantitativo, lo que implica el uso de datos numéricos y análisis estadístico. Este enfoque se centra en la adquisición de datos para confirmar la hipótesis, utilizando números y estadísticas, lo que permite integrar aspectos conductuales para poner a prueba enfoques teóricos (Hernández, Fernández y Baptista, 2016).

El estudio se enfocó en una investigación básica. Según Hernández et al. (2016), es básica, porque su propósito principal fue mejorar el conocimiento y la comprensión de los fenómenos sociales, siendo también un pilar esencial para estudios posteriores.

Se contó con un diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional. De acuerdo a Salvador et al. (2021), un diseño no experimental consiste en realizar la investigación sin alterar intencionadamente las variables, observando los fenómenos en su contexto natural para su análisis posterior.

El método utilizado se ajustó al hipotético-deductivo, que conforme a Guanipa (2010), consiste en la elaboración deductiva de consecuencias empíricas de las hipótesis, buscando falsarlas para recopilar la información apropiada y encontrar soluciones a los problemas formulados.

El alcance de este trabajo de investigación fue correlacional. Según Suárez et al. (2016), significa que se buscó establecer la relación entre dos o más variables que están estrechamente relacionadas o correlacionadas entre sí, es decir, muestran una correspondencia. En este tipo de investigación no se menciona una variable dependiente e independiente, sino simplemente una variable 1 y otra variable 2. Asimismo, Díaz et al. (2016), aunque las investigaciones correlacionales pueden compartir algunas similitudes con las investigaciones explicativas, estas similitudes

son parciales y no globales. En investigaciones de este tipo siempre existe una relación, desde un enfoque estadístico y matemático.

La variable actitud, según la postura de Lozada (2018), se refiere a la capacidad de generar o comenzar un proyecto, una empresa o un nuevo estilo de vida, impulsado por la confianza en uno mismo y la determinación de actuar en pos de nuestras aspiraciones con empeño hasta convertirlas en realidad. Al respecto, se precisa tres dimensiones: La capacidad de realización, de planificación y para relacionarse socialmente.

La variable control conductual, según la postura de Guzmán et al. (2020), es la convicción personal de tener la capacidad de manejar las dificultades presentes para llevar a cabo una conducta específica. Se estableció dos dimensiones: Factores internos y factores externos.

La población del estudio estuvo constituida por 50 jóvenes emprendedores del parque industrial de Huaycán, los criterios de inclusión fueron: jóvenes que fluctúan entre los 18 a 28 años, que desean participar del estudio, emprendedores que manejan un negocio en el parque industrial; y de exclusión: jóvenes menos de 18 años, que no desean formar parte del estudio y jóvenes que no cuentan con un negocio emprendedor.

La muestra quedó constituida por jóvenes emprendedores del parque industrial de Huaycán. La muestra estima según el cálculo determinado para poblaciones finitas de 44 jóvenes emprendedores.

La técnica para el recojo de datos fue la encuesta. Según Espinoza & Toscano (2015), esta técnica busca obtener información relevante sobre la opinión de una persona acerca de un tema específico. Es importante que la encuesta tenga una estructura coherente y se mantenga inalterada durante todo el proceso de investigación. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario, diseñado de acuerdo a los aspectos que se desean determinar en la investigación.

El instrumento que se aplicó en el estudio fue un cuestionario tanto para la actitud emprendedora y el control conductual. La misma tuvo 16 preguntas cerradas con una escala de medición tipo Likert, que incluía los siguientes rangos: 0 (nunca), 1 (raras veces), 2 (algunas veces), 3 (La mayoría de veces), 4 (siempre.)

Se utilizó el software estadístico SPSS, versión 23, para analizar los datos. En primer lugar, los datos fueron codificados y luego se ingresó a una matriz de datos.

Este estudio fue evaluado por 3 expertos metodólogos quienes afirmaron que el instrumento era válido, asimismo se aplicó la prueba de confiabilidad de Alfa Cronbach trayendo como resultado para la primera variable 0.911 y para la segunda variable 0.903, por lo tanto, se procedió a aplicar a la muestra de estudio.

Para este análisis, se aplicó técnicas de estadística descriptiva e inferencial. En el análisis descriptivo, los resultados se presentaron en tablas de frecuencia y porcentaje, lo que permitió tener una visión general de la distribución de los datos. Para el análisis inferencial, se utilizó la regresión logística ordinal, una técnica estadística que facilitó el estudio de la relación entre una variable dependiente ordinal y una o más variables independientes, mientras se controlaban los efectos de otras variables.

El estudio se llevó a cabo cumpliendo con las normas éticas propuestas por la Universidad Cesar Vallejo. Se ha respetado la propiedad intelectual del investigador, evitando la copia y discriminando cuidadosamente la información de fuentes nacionales e internacionales, especialmente las citas de teorías donde se han considerado los aportes relevantes. Además, la información se ha adecuado de acuerdo con las normas APA de la 7ma edición. En cuanto a la recolección de datos, esta se realizó de manera voluntaria y anónima, garantizando así la confidencialidad y el respeto hacia los jóvenes participantes del estudio.

III. RESULTADOS

Con respecto a la iniciativa se muestra que una parte importante de los encuestados, es decir un 50% de los jóvenes emprendedores afirma que a veces aprovecha las oportunidades, mientras que el 38,6% lo hace la mayor parte del tiempo. Esto indica que, si bien muchas personas reconocen las oportunidades, hay otras que no lo hacen de manera consistente. Esto podría deberse a diversos factores, como la aversión al riesgo, la falta de recursos o la falta de motivación para aprovechar las oportunidades.

El 36.4% de las personas utilizan diversas estrategias para superar los obstáculos y el 27,7% lo hace la mayor parte del tiempo, lo que indica un enfoque proactivo para la resolución de problemas. Sin embargo, los datos también demuestran que una parte de la población puede confiar en estrategias conocidas en lugar de buscar soluciones innovadoras, lo que podría limitar su capacidad para afrontar los desafíos de manera eficaz.

Sobre la calidad del trabajo, tenemos un 52.3% de los encuestados que tiene una fuerte inclinación hacia las zonas de confort, este comportamiento puede limitar la creatividad de los emprendedores, sobre todo siendo este un área potencial de desarrollo a la hora de aceptar nuevos desafíos.

Por otro lado, el 50% de los encuestados indica que a menudo toma medidas necesarias ante cualquier riesgo, esto refleja la capacidad de una persona para tomar iniciativa y actuar sin estímulos externos.

El 52,3% de los participantes indica que la comunicación es un comportamiento crucial para obtener información eficaz, mientras que el 45.5% de los encuestados resalta la importancia de buscar diversas fuentes de información, esto para contribuir a la toma de decisiones y planificación estratégica.

Referente a los seguimientos de los objetivos, el 45.5% de los encuestados demuestra ser partícipe de actividades que ayudan a contribuir con sus objetivos, esto refleja sin duda el compromiso con el desarrollo personal y profesional. Por otro parte del 40.9% comprueba con regularidad su progreso, para con esto garantizar la alineación de las metas y objetivos.

La opinión del 45,5% de los encuestados que administra bien sus recursos financieros tiene una actitud positiva hacia la gestión financiera, y el 36,4% de los participantes conocen los requisitos financieros de sus proyectos, para así poder mejorar su planificación, asignar recursos y garantizar la viabilidad de las iniciativas.

Sobre el nivel moderado de asertividad, según el 36,4% de los encuestados, sugiere que, si bien algunas personas se sienten cómodas dirigiendo a otras, puede ser necesario desarrollar habilidades de comunicación y liderazgo más eficaces para mejorar la capacidad de persuasión.

Un 38.6% de los encuestados demuestra que la confianza en el buen juicio se mantiene firme en sus decisiones, esto refleja un fuerte sentido de seguridad en sí mismos. Este rasgo es importante para el liderazgo y la toma de decisiones, ya que demuestra la capacidad de mantener las propias convicciones incluso ante la oposición.

Por otro lado, 63.6% de los encuestados tienen la capacidad de influencia efectiva de obtener apoyo frente a diversos puntos de vista, mientras que el pensamiento estratégico demostrado por el 40,9% de los encuestados, indica que con frecuencia se desarrollan estrategias para influir en los demás, esto destaca la importancia de la planificación y la previsión para lograr la influencia.

El sentido de autoeficacia, reflejado por el 40,9% de los encuestados indica que se sienten seguros cuando emprenden tareas difíciles, esto es crucial para superar los obstáculos y perseguir objetivos ambiciosos.

Para el estudio se planteó la hipótesis general:

Hi: La actitud se relaciona con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

H0: No existe una relación significativa entre la actitud y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Decisión, si $p > 0.05$, se acepta la H0

Tabla 1.

Prueba de Correlación de Spearman entre la actitud empresarial y el control conductual de los emprendedores jóvenes.

		V2: Control conductual	
Rho de	V1:	Coefficiente de correlación	,689
Spearman	Actitud	Sig. (bilateral)	,000
	empresarial	N	44

Según los resultados de la tabla 1, el valor de sigma de p calculado es 000, menor a 0.05. El valor de Rho Spearman calculado fue de 0.689 por lo tanto, se rechaza la H0 y se admite que: La actitud se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Para el estudio se planteó la hipótesis específica 1:

Hi: La capacidad de realización se relaciona con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024

H0: No existe una relación significativa entre la capacidad de realización y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Decisión, si $p > 0.05$, se acepta la H0

Tabla 2.

Prueba de Correlación de Spearman entre la capacidad de realización y el control conductual de los emprendedores jóvenes.

		V2: Control conductual	
Rho de	N_V1_D1	Coefficiente de correlación	,515
Spearman	Capacidad de	Sig. (bilateral)	,000
	realización	N	44

Según los resultados de la tabla 2, el valor de P calculado es 0.000, menor a 0.05. El valor de Rho Spearman calculado fue de 0.515 por lo tanto, se rechaza la H0 y se admite que: La capacidad de realización se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Para el estudio se planteó la hipótesis específica 2:

Hi: La capacidad de planificación se relaciona de manera significativa con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024

H0: No existe una relación significativa entre la capacidad de planificación y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Decisión, si $p > 0.05$, se acepta la H0

Tabla 3.

Prueba de Correlación de Spearman entre la capacidad de planificación y el control conductual de los emprendedores jóvenes.

			V2: Control conductual
Rho de	N_V1_D1	Coeficiente de correlación	,365
Spearman	Capacidad de planificación	Sig. (bilateral) N	,015 44

Según los resultados de la tabla 3, el valor de P calculado es 0.015, menor a 0.05. El valor de Rho Spearman calculado fue de 0.365 por lo tanto, se rechaza la H0 y se admite que: La capacidad de planificación se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Para el estudio se planteó la hipótesis específica 3:

Hi: La capacidad de relacionarse socialmente se relaciona de manera significativa con el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

H0: No existe una relación significativa entre la capacidad de relacionarse socialmente y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Decisión, si $p > 0.05$, se acepta la H_0

Tabla 4.

Prueba de Correlación de Spearman entre la capacidad de relacionarse socialmente y el control conductual de los emprendedores jóvenes.

			V2: Control conductual
Rho de	N_V1_D1	Coeficiente de correlación	,636
Spearman	Capacidad de relacionarse socialmente	Sig. (bilateral) N	,000 44

Según los resultados de la tabla 4, el valor de P calculado es 000, menor a 0.05. El valor de Rho Spearman calculado fue de 0.636 por lo tanto, se rechaza la H_0 y se admite que: La capacidad de relacionarse socialmente se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados de la evaluación de los datos en este estudio fueron validados y contrastados con investigaciones anteriores que abordaron las mismas variables. Para ello, se elaboró un cuestionario que permitió recopilar la información necesaria para esta validación.

En este sentido, resultó importante destacar que el objetivo principal de este estudio fue determinar la relación de la actitud y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. Para alcanzar este fin se empleó la prueba estadística Rho de Spearman, obteniendo un valor de 0.689 y una significancia de 0.00, que es inferior al 5%. Esto permitió establecer una relación significativa entre ambas variables. Por lo tanto, conforme a la hipótesis formulada, se rechazó la H0 y se aceptó la H1, lo que respalda la idea de una correlación positiva entre la actitud empresarial y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán.

Este hallazgo coincide con investigaciones anteriores. Uno de ellos, aceptó la H1, lo que respalda la idea de una correlación positiva entre la actitud empresarial y el control conductual de los emprendedores. Sus resultados, obtenidos a través de entrevistas a 385 jóvenes emprendedores, revelaron entre las variables una correlación tanto significativa como positiva, con un rango del 13.7% al 48.9%. Además, la variable de control conductual fue incluso más destacada, lo que sugiere que el control es más crucial que la actitud al emprender.

De igual manera, Tarapuez et al. (2022) encontraron una relación respecto a las normas sociales, actitudes y variables de control de comportamiento. Su estudio, que incluyó a 636 científicos, mostró que aquellos con un mayor nivel de formación estaban más vinculados a la comercialización de los resultados de sus investigaciones. Además, la prueba Chi cuadrado de bondad de ajuste indicó que la función logística se adapta bien a los datos contemplados, ya que el valor -P fue igual o superior a 0.05, lo que no dio razones para rechazar la adecuación del modelo con un nivel de confianza del 95% o más. Conforme a los datos alcanzados, una mayor dedicación por parte del emprendedor puede estar relacionada con otros puntos de vista, como el deseo de trabajar en algo propio, lo que podría incentivar a los científicos universitarios a desarrollar una intención emprendedora (IE) más considerable.

De manera similar, Mahmood et al. (2020) también coincidieron con los hallazgos del presente estudio sobre jóvenes emprendedores, al demostrar una relación positiva entre ciertos rasgos empresariales y la actitud de la generación Millennial hacia el emprendimiento. Los hallazgos se respaldaron en una encuesta realizada a 2,667 participantes, que reveló un efecto significativo y positivo del INN (coeficiente de 0,229, valor p de 0,000, valor f^2 de 0,052 y valor q^2 de 0,048). Esto indica que el INN (la preferencia por ideas novedosas y originales) de los Millennials de Asnaf influye más en su actitud hacia el emprendimiento que en el locus de control interno, la personalidad proactiva, la tolerancia a la ambigüedad, la NCH (un individuo motivado por metas desafiantes que busca sobresalir en las tareas) y la propensión a asumir riesgos. Los hallazgos confirmaron que el pensamiento creativo, el dominio de habilidades y la inventiva de los millennials son factores importantes en su actitud hacia el emprendimiento. Este resultado coincide con investigaciones previas que también demostraron que el INN impacta en la actitud emprendedora. Por lo tanto, los resultados sugieren que la necesidad de logro ejerce una influencia considerable y favorable en la actitud hacia el emprendimiento al igual que la innovación, que influye un efecto positivo directo sobre la actitud emprendedora. Al comparar estos hallazgos con estudios de otros autores, se evidenció la conexión entre la actitud empresarial y el control conductual de los jóvenes emprendedores.

Respecto al objetivo específico 1, se buscó determinar la relación de la capacidad de realización en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; según los resultados de la prueba de Rho Spearman se obtuvo 0.515, un P calculado de 000, menor a 0.05; por lo tanto, se rechaza la H_0 y se admite que la capacidad de realización se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. Este hallazgo coincide con investigaciones previas que han examinado la relación entre la capacidad de realización y el control conductual de los emprendedores. Gálvez (2020) determinó una correspondencia evidente entre la intención de crear y realizar empresas propias de los estudiantes universitarios y barreras involucradas en ello. Se respaldó por los resultados obtenidos de una muestra compuesta por 246 alumnos de 533 matriculados, que al encontrar un R^2 del 0.073 indica que la motivación global explica el 7.35% de la varianza en la intención emprendedora, sugiriendo que hay otros factores que también contribuyen a ella y que pueden ser explorados complementariamente. Además, el 70% de los estudiantes manifestó interés en

convertirse en empresarios, aunque la falta de recursos económicos les generaba desmotivación para emprender.

Asimismo, esta investigación guarda relación con el estudio desarrollado por Escobedo et al. (2022), quienes concluyeron en una conexión favorable entre un potencial para emprender un negocio y un ahínco para poner en orden sus ideas, y perfeccionarlas. Los resultados arrojaron que la mayoría de los estudiantes son mujeres, con valores de 71 % y 70 %, modalidad escolarizada y mixta respectivamente (el restante, 29 % y 30 %, respectivamente, son hombres), lo cual demuestra que en ambas modalidades el género femenino predomina para estudiar esta carrera universitaria, y probablemente tienen más motivaciones para emprender; además, las actitudes emprendedoras más evidentes fueron las siguientes: autonomía y compromiso, iniciativa y organización, visión e innovación. Llegando a la conclusión, que la Ha, “Los estudiantes de la ingeniería en gestión empresarial de ambas modalidades poseen la misma cantidad de actitudes emprendedoras”, es verdadera.

Referente al objetivo específico 2, se buscó determinar la relación de planificación en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024; según los resultados de la prueba de Rho Spearman se obtuvo 0.365, un P calculado de 0,015, menor a 0.05; por lo tanto, se rechaza la H0 y se admite que la capacidad de planificación se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. Este resultado coincide con los hallazgos de Moreno et al. (2022) cuyo objetivo fue analizar las actitudes de decisión de emprendimiento en mujeres pertenecientes a la provincia de Tungurahua en Ecuador, donde se aplicó un cuestionario compuesto de 28 elementos a un grupo de 110 mujeres dinámicas en los negocios, los resultados indicaron que la decisión de emprender de estas mujeres está estrechamente relacionada con su capacidad para identificar oportunidades, su perseverancia, habilidades de planificación, sociabilidad y liderazgo. Empero, una de sus fallas a la hora de optar por la vía del emprendimiento fue con respecto a la planificación. Se concluyó que el grupo de estudio carece de hábitos estructurados para planificar y controlar.

La teoría de Gibb (1996), examinó la interconexión entre el emprendimiento y la educación, destacando su estrecha relación donde se argumenta que las instituciones educativas, sin importar su nivel, deberían priorizar la enseñanza del espíritu empresarial desde las etapas tempranas del desarrollo. Así mismo, explica

que las habilidades que abarcan los conocimientos, destrezas y competencias esenciales para todo emprendedor, y la motivación y determinación son necesarias para llevar a cabo la empresa inicial hasta alcanzar la madurez; y sobre todo, una educación, que forme emprendedores de manera sistemática basado en la planificación. Esto es consistente con lo mencionado por Lozada (2018), quien destaca que la actitud emprendedora se basa en la confianza como fuente de inspiración para iniciar un proyecto, negocio o nueva forma de vida. La determinación juega un papel crucial, ya que implica perseverar hasta que las inquietudes se materialicen. Además, señala la planificación como una de las dimensiones clave de esta actitud, que incluye la habilidad para identificar metas, elaborar planes, reflexionar antes de actuar, reconocer oportunidades y mitigar amenazas.

Referente al objetivo específico 3, se buscó determinar la relación de la capacidad de relacionarse socialmente en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. Según los resultados inferenciales obtuvieron un Rho Spearman se obtuvo 0.636, un P calculado de 000, menor a 0.05; por lo tanto, se rechaza la H_0 y se admite que la capacidad de relacionarse socialmente se relaciona positivamente con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. Este hallazgo se alineó con investigación de Moreno et al. (2022), cuyo estudio de enfoque cuantitativo y correlacional tuvo como objetivo analizar las actitudes de decisión de emprendimiento en mujeres de la provincia de Tungurahua en Ecuador. Sus resultados revelaron que la decisión de emprendimiento de dichas mujeres estuvo directamente relacionada con la capacidad para identificar oportunidades, la persistencia, la planificación, la sociabilidad y el liderazgo. La sociabilidad se identifica como un factor emocional que impacta positivamente en la intención emprendedora de las mujeres. Los autores señalan que la sociabilidad se enfoca en las relaciones sociales y la influencia que estas tienen, evaluando cómo las mujeres se desenvuelven en diversos contextos sociales, en lugar de limitarse a sus interacciones personales con familiares y amigos. En otras palabras, esto las convierte en buenas oyentes y comunicadoras efectivas

V. CONCLUSIONES

Se demostró la relación entre la actitud y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024. Se llevó a cabo un análisis estadístico relevante. La prueba arrojó un valor de 0.689 y una significancia de 0.00, que es inferior al 5%, lo que facilitó establecer una relación significativa entre ambas variables. De acuerdo con la hipótesis formulada, se rechazó la H0 y se aceptó la H1, lo que respalda la idea de una correlación positiva entre la actitud empresarial y el control conductual de los jóvenes emprendedores de Huaycán.

En relación con el primer objetivo específico, los resultados de la prueba de Rho Spearman mostraron un valor de 0.365 y un P calculado de 0.015, que es menor a 0.05. Por lo tanto, de acuerdo con la hipótesis planteada, se rechaza la H0 y se acepta que la capacidad de planificación está positivamente relacionada con el control conductual de los jóvenes emprendedores de Huaycán.

En cuanto, al segundo objetivo específico, los resultados de la prueba de Rho Spearman mostraron un valor de 0.365 y un P calculado de 0.015, que es menor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la H0 y se acepta que la capacidad de planificación tiene una relación positiva con el control conductual de los jóvenes emprendedores de Huaycán.

En mención al tercer objetivo específico, los resultados inferenciales mostraron un Rho Spearman de 0.636 y un P calculado de 0.000, que es menor a 0.05. Por lo tanto, se rechaza la H0 y se acepta que la capacidad de relacionarse socialmente está positivamente relacionada con el control conductual de los jóvenes emprendedores de Huaycán, Lima 2024.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a los jóvenes emprendedores de Huaycán que integren estrategias de creatividad y marketing en sus proyectos de emprendimiento empresarial, además de participar activamente en programas implementados por instituciones municipales y otras iniciativas dirigidas a la población joven y emprendedora del sector. La adopción de metodologías avanzadas conlleva una exploración y refinamiento constante de técnicas de emprendimiento, lo que no solo mejorará la eficacia de sus resultados, sino que también proporcionará a sus negocios una ventaja competitiva significativa en el mercado.

Se sugiere que los jóvenes emprendedores accedan a formación y capacitación en áreas como marketing, innovación, uso de herramientas, plataformas tecnológicas para el comercio electrónico y otros, dirigidas específicamente a aquellos que están desarrollando proyectos de negocio.

Se recomienda fomentar cambios de actitud en los jóvenes emprendedores que aceleren la creación de nuevos emprendimientos mediante la obtención de un capital inicial. Su creatividad les permite generar ideas innovadoras que pueden resolver problemas o necesidades en su comunidad, pero a menudo les resulta difícil desarrollarlas y convertirlas en negocios operativos por la falta de apoyo.

Establecer un plan de mejora actitudinal que les permita potenciar sus habilidades, con el objetivo de alcanzar un nivel óptimo de inclinación hacia la actitud emprendedora. De esta forma, sus emprendimientos serán más fructíferos y podrán ofrecer productos y/o servicios innovadores

REFERENCIAS

- América Retail. (2020). *Estudios: Situación actual de las pymes en América Latina*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-situacionactual-de-las-pymes-en-america-latina/>
- Asociación de emprendedores del Perú. (2019). *Universidad de Piura*. Obtenido de <https://www.udep.edu.pe/hoy/2019/05/consultor-internacional-del-banco-mundial-explica-por-que-el-95-de-los-emprendimientos-peruanos-fracasan/>
- Baron, R. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 167-182. doi:<https://doi.org/10.1002/sej.12>
- Bosnjak et al. (2020). The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), Art. 3.
- Bostaph, S. (2013). Driving the Market Process: "Alertness" Versus Innovation and "Creative Destruction". *Quarterly Journal of Austrian Economics*, 16(4), 421-458. Obtenido de <https://mises.org/es/mises-wire/schumpeter-contra-kirzner-sobre-los-emprendedores>
- Bullón Solís, O., Carhuancho Mendoza, I., Valero Palomino, F. R., & Moreno Rodríguez, R. Y. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia*, 377-389. doi:<https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>
- Camarena Villar, L. S. (2021). Actitud Emprendedora Empresarial y Capacidad de Creación de Microempresas en Estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público San Martín de Pangoa Provincia de Satipo 2016. Huancayo, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12848/2384>
- Carrera et al. (2021). *Actitudes emprendedoras que inciden en el desarrollo empresarial de los estudiantes universitarios de Instituciones de Educación Superior (IES), en México*.

- CEPAL, C. E. (2019). *Perspectivas económicas de América Latina 2019: Desarrollo en transición*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44525-perspectivas-economicas-america-latina-2019-desarrollo-transicion>
- Chavarría, M. (2019). *Actitud emprendedora. Pasión y tesón*. (E. Alfaomega, Ed.) Obtenido de <https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/actitud-emprendedora?location=14>
- Comercio. (2018). *El comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-quinto-pais-emprendedor-mundo-noticia-532878-noticia/>
- Diez, S. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras. *Revista Empresarial*, 10(38), 42-48. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5603317>
- Durán & Arias. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. (8.-1. Rev. Gestión de la Educación, Ed.) Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gstedu/article/view/25490>
- El emprendedor y su papel en cada etapa del emprendimiento. (s.f.). *Desarrollo Emprendedor*.
- Elnadi y Gheith. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. (1. 1. The International Journal of Management Education, Ed.) Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- Escobedo de la Cruz, B., & Jiménez Regil, J. L. (Julio-Diciembre de 2022). Diagnóstico de las actitudes emprendedoras en estudiantes de ingeniería en gestión empresarial. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, 9(18).
- Espinoza Freire, E. & Toscano Ruíz, D. (2015). Metodología de investigación educativa y técnica. Machala: UTMach. Disponible en: <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0060.pdf>

- Fernando Quevedo, L. (Agosto de 2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20).
- Freire, A. (2004). *Pasión por Emprender*. Buenos Aires: Aguilar. Obtenido de <https://claseadministracion.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/04/pasionporemprender.pdf>
- Gálvez Albarracín, É. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Universidad & Empresa, Bogotá, Colombia*, 79-105. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Garcia, P. (enero-agosto de 2016). *Revista de Ciencias Sociales*, XXII(1), 139-152.
- Gartner, W. (1988). "Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Sage Journals*, 11-32. doi:<https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- GEM. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. Global Report: Opportunity Amid Disruption*.
- Gestión. (2018). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-pais-mayor-espiritu-emprendedor-america-latina-quinto-mundo-237414-noticia/>
- Gibb, A. (1996). *Entrepreneurship and Small Business Management: Can We Afford to Neglect Them in the Twenty-First Century Business School?* doi:10.1111/j.1467-8551.1996.tb00121.x
- Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor - Perú*. Surco, Lima, Perú: Ediciones Esan. Obtenido de https://www.esan.edu.pe/migration-files/publicaciones/2020/05/07/Final_GEM%202019.pdf
- Guanipa Pérez, María (2011). Opciones epistemológicas y la relación dialógica en la investigación." *Revista Telos*, vol. 13, no. 1, spring 2011, pp. 89. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318408007.pdf>
- Guerrero de la Fuente, M. (2020). Evidencias: aprender del fracaso, el primer paso hacia el éxito Un estudio de casos (Tesis de grado. Universidad Pontificia Comillas, 2020, <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/37195>

- Guzmán et al. (2020). *Actitud, norma subjetiva y control conductual como predictores del consumo de drogas en jóvenes de zona marginal del norte de México*. (F. n. ene./jun., Ed.) Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722014000100003
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación (Sexta)*. McGraw-Hill /Interamericana Editores S.A. de C.V. Disponible en: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial McGraw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p. Disponible en: http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/sampierilasrutas.pdf
- Instituto Peruano de Economía. (Junio de 2018). *Desempleo juvenil*. Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/desempleo-juvenil/>
- Kassa, E. y. (2022). *Explorando los factores que determinan la innovación de las micro y pequeñas empresas: el papel de emprendedor actitud hacia la innovación en Woldia, Etiopía*. (J. o. 11(1)., Editor) Obtenido de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/s13731-022-00214-7.pdf>
- Lozada, O. (2018). *Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de cuarto y quinto de secundaria de la institución de la Institución Educativa María Goretti del Distrito de Comas*. (U. C. [Tesis de pregrado, Ed.) Obtenido de <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2988722>
- Mahmood et al. (2020). Attitude towards entrepreneurship: a study among Asnaf Millennials in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 2-14., <http://dx.doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0044>.

- Mas, J. (2020). Actitud Emprendedora. *CREARMAS*. Obtenido de <https://www.crearmas.com/wp-content/uploads/2019/01/actitud-emprendedora.pdf>
- Mendez Gutierrez, L. (2023). Influencia de la actitud y el control conductual en el. Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/121589>
- Morales Solís, R. D. (2021). Actitud emprendedora y espíritu empresarial en estudiantes de la escuela profesional de Ingeniería Agronómica. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, 2019. Huacho. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.14067/5475>
- Mora-Pisco, L., Duran-Vasco, M., & Zambrano-Loor, J. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Revista Científica*, 2(4), 511-520.
- Moreno Moreno Gavilanes, K., Medina López, D., & Cepeda Rivera, D. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador). *Revista de Economía del Caribe*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/318/3183287006/>
- Moreno, J. (2019). *Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno*. . (T. d. Rioja., Ed.) Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=231533>
- Ortiz, S. (2021). Formación emprendedora universitaria: más allá de los mitos: emprendimiento con sentido de propósito. Capítulo 2. El emprendimiento como área de conocimiento. *Tecnológico de Monterrey*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11285/648738>
- Quispe Flores de Ramirez, R. M. (2020). Actitud emprendedora y la capacidad de crear empresas en estudiantes de los institutos superiores tecnológicos de la Región n San Martín, 2020. Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4170/Rina_Tesis_Maestro_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, C. A. (2015). Avances en Psicología: Revista de la Facultad de Psicología y Humanidades. *Universidad Femenina del Sagrado Corazón*, 23(1). Obtenido de

<https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/166/158>

Revelo Oña, R., Lucio Paredes, B. M., & Mata, A. L. (2017). Medición de la actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(11), 422-434. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/507/pdf_375

Rodríguez, A. (2019). *Cultura empresarial en estudiantes universitarios*. *Researchgate*, 1(1), 1-8. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/348862943_CULTURA_EMPRESARIAL_EN_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS-convertido

Salvador, J., Torres, M., Vega V. & Salcedo D. (2021) Diseño y validación de instrumento para la inserción del salario emocional ante la COVID-19. *Revista Retos*. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/5045/504566292003/504566292003.pdf>

Saucedo y Chuquisaca. (2018). *Medición de la intención de emprendedores universitarios empleando ecuaciones estructurales*. (5.-6. Investigación & negocios, Ed.) Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v11n18/v11n18_a06.pdf

Sérida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., & Morales, O. (2013). Global Entrepreneurship Monitor : Perú 2012. *Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12640/527>

Suárez-Montes, N., Sáenz-Gavilanes, J., & Mero-Vélez, J. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características. *Dominio de las ciencias*, 2(3), 72-85. Disponible en: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/294/349>

Tarapuez-Chamorro, E., Guzmán-Díaz, B., & Parra-Hernández, R. (2022). La intención emprendedora de los científicos universitarios en Colombia. *Entrepreneurial Intention of University Scientists in Colombia*. doi:<https://doi.org/10.22430/24223182.2013>

- Teague, B., & Gartner, W. (Julio de 2017). Toward a Theory of Entrepreneurial Behavior. doi:<https://doi.org/10.1002/9781118970812.ch4>
- Vamvaka et al. (2020). *Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: Dimensionality, structural relationships, and gender differences*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 5. Obtenido de <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Varela V., R. (2008). Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. *Innovación Empresarial*, 22-55. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25733w/Innovacion-Empresarial.pdf>
- Vázquez y López. (2019). *Recursos empleados por microempresarias mexicanas en la primera etapa del emprendimiento*. En E. Herruzo, B. Hernández, G. Cardella, & J. C. Sánchez, *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos*.
- Vilca Coaquira, M. (25 de Enero de 2024). Actitud emprendedora y el desarrollo de la capacidad de creación de empresas en los estudiantes de la carrera de administración del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público – Mañazo; periodo 2023. Puno, Perú. Obtenido de <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/21411>

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables y matriz de consistencia

Tabla de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Preguntas	Escala de medición
Variable 1 Actitud empresarial	Es la capacidad de generar o comenzar un nuevo estilo de vida, impulsado por la confianza en uno mismo y la determinación de actuar en post de nuestras aspiraciones con empeño hasta convertirlas en realidad.	Actitud para emprender que muestran los jóvenes de Huaycán teniendo las dimensiones: capacidad de realización, capacidad de planificación y capacidad de relacionarse.	Capacidad de realización	-Iniciativa	-Aprovecho las oportunidades. -Intento varias formas para superar para obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	Nominal
				-Exigencia de la calidad	-Prefiere realizar tareas que conoce bien y se sienta seguro. -Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo.	
			Capacidad de planificación	-Búsqueda de información	-Escucho con atención a cualquier persona que esté conversando conmigo. -Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	Nominal
				-Monitoreo	-Realizo actividades que me ayuden a lograr mis objetivos. -Evalúo con frecuencia mi progreso hacia la consecución de mis objetivos.	
				-Utilización de recursos financieros	-Tengo un buen manejo de mis recursos financieros. -Tengo claro cuánto dinero necesito para llevar a cabo mis proyectos o actividades.	
			Capacidad de relacionarse	-Persuasión	-Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer. -Me mantengo firme en mis decisiones, incluso cuando otras personas no estén de acuerdo.	Nominal
				-Optimización de recursos	-Consigo que otras personas apoyen mis puntos de vista. -Desarrollo estrategias para influir a otros.	
				-Autoconfianza	-Cuando intento alguna cosa difícil o desafiante, siento confianza de que tendré éxito. -Consigo que otras personas vean que soy capaz de ejecutar lo que me propuse hacer.	
			Variable 2 Control conductual	Es la convicción personal de tener la capacidad de manejar las dificultades presentes para llevar a cabo una conducta específica.	Persona que tiene la capacidad de manejar una dificultad para llevar a cabo un comportamiento, ya sean factores internos o externos.	Factores Internos
-Habilidades psicológicas	-Tengo carácter emprendedor. -Confío en mi emprendimiento. -Soy una persona resiliente. -Me siento preparado para emprender. -Muestro seguridad en mí mismo.					
Factores externos	-El tiempo disponible	-Procuro no posponer para terminar todo a tiempo. -Cumplo plazos en la ejecución de un trabajo en mi emprendimiento. -Me enfoco en mis objetivos a largo plazo.				Nominal
	Oportunidades	-Me gusta anticiparme a los hechos al crear mi emprendimiento. -Soy entusiasta a la hora de enfrentarme a nuevos retos. -Me gusta asumir riesgos. -Creo oportunidades laborales para otras personas. -Cuento con asesoramiento.				

Título: Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
Problema General:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variable 1/Independiente: Actitud empresarial					
¿Cómo relaciona la actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?	Determinar la relación de la actitud y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024----	La actitud se relaciona con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos	
			Capacidad de realización.	-Exigencia de la calidad -Iniciativa	1, 2 3,4	Nominal	Pésimo [0,5] Regular: [6,11] Bueno [12,16]	Pésimo [0,21] Regular: [22,43] Bueno [44,64]
			Capacidad de planificación.	- Búsqueda de información - Monitoreo - Utilización de recursos financieros	5,6 7,8 9,10	Nominal	Pésimo [0,7] Regular: [8,15] Bueno [16,24]	
			Capacidad de relacionarse.	- Persuasión - Optimización de la red de contactos - Autoconfianza	11,12 13,14 15,16	Nominal	Pésimo [0,7] Regular: [8,15] Bueno [16,24]	
Problemas Específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable 2/ Dependiente: Control Conductual					
¿Cómo se relaciona la capacidad de realización en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?	Determinar la relación de la capacidad de realización en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024	La capacidad de realización se relaciona de manera significativa con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala	Niveles o rango	
			Factores Internos	-Habilidades físicas -Habilidades psicológicas	1, ,2 3,4,5	Nominal Nominal	Pésimo [0,10] Regular: [11,21] Bueno [22,32]	Pésimo [0,21] Regular: [22,43] Bueno [44,64]
¿Cómo se relaciona la capacidad de planificación en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?	Determinar la relación de planificación en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024	La capacidad de planificación se relaciona de manera significativa con el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024	Factores externos	-Tiempo disponible	6,7,8	Nominal	Pésimo [0,10] Regular: [11,21] Bueno [22,32]	
¿Cómo se relaciona la capacidad de relacionarse socialmente en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024?	Determinar la relación de la capacidad de relacionarse socialmente en el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán Lima 2024.	La capacidad de relacionarse socialmente se relaciona de manera significativa con el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.		-Oportunidades	9, 10	Nominal		
Diseño de investigación: Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básico Método: Hipotético Deductivo Diseño: No experimental, transversal, descriptivo y correlacional.	Población y Muestra: Población: 50 Muestra: 44	Técnicas e instrumentos: Técnicas: Encuestas Instrumentos:	Método de análisis de datos:					
			Descriptiva: Prueba correlación de Spearman					

Anexo 2. Instrumento/s de recolección de datos

Instrumentos de recolección de datos cuestionario sobre el perfil de la actitud emprendedora

Instrucciones: Estimado participante, a continuación, hallará una serie de afirmaciones que permiten describir ciertas reacciones y actitudes frente a rutinas. Lee cada una de las alternativas y luego, con la escala correspondiente, decide por una de ellas. Escala:

Nunca	0
Raras veces	1
Algunas veces	2
La mayoría de veces	3
Siempre	4

N°	Ítems	Alternativas				
		N	R V	A V	M V	S
1	Aprovecho las oportunidades					
2	Intento varias formas para superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.					
3	Prefiere realizar tareas que conoce bien y se sienta seguro.					
4	Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo					
5	Escucho con atención a cualquier persona que esté conversando conmigo.					
6	Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.					
7	Realizo actividades que me ayuden a lograr mis objetivos.					
8	Evalúo con frecuencia mi progreso hacia la consecución de mis objetivos.					
9	Tengo un buen manejo de mis recursos financieros.					
10	Tengo claro cuánto dinero necesito para llevar a cabo mis proyectos o actividades.					
11	Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.					
12	Me mantengo firme en mis decisiones, incluso cuando otras personas no estén de acuerdo.					
13	Consigo que otras personas apoyen mis puntos de vista.					
14	Desarrollo estrategias para influir a otros.					
15	Cuando intento alguna cosa difícil o desafiante, siento confianza de que tendré éxito.					
16	Consigo que otras personas vean que soy capaz de ejecutar lo que me propuse hacer.					

Instrumentos de recolección de datos cuestionario sobre control conductual

Instrucciones: Estimado participante, a continuación, hallará una serie de afirmaciones que permiten describir ciertas reacciones y actitudes frente a rutinas. Lee cada una de las alternativas y luego, con la escala correspondiente, decide por una de ellas. Escala:

Nunca	0
Raras veces	1
Algunas veces	2
La mayoría de veces	3
Siempre	4

N°	Ítems	Alternativas				
		N	R V	A V	M V	S
1	Tengo fuerza para realizar las tareas de mi emprendimiento.					
2	Me considero una persona activa.					
3	Tengo resistencia para hacer crecer mi negocio.					
4	Tengo carácter emprendedor.					
5	Confío en mi emprendimiento.					
6	Soy una persona resiliente.					
7	Me siento preparado para emprender.					
8	Muestro seguridad en mí mismo.					
9	Procuro no posponer para terminar todo a tiempo					
10	Cumplo plazos en la ejecución de un trabajo en mi emprendimiento.					
11	Me enfoco en mis objetivos a largo plazo.					
12	Me gusta anticiparme a los hechos al crear mi emprendimiento.					
13	Soy entusiasta a la hora de enfrentarme a nuevos retos.					
14	Me gusta asumir riesgos.					
15	Creo oportunidades laborales para otras personas					
16	Cuento con asesoramiento.					

Anexo 3. Fichas de validación de instrumentos para la recolección de datos



Ficha de Validación de contenido para el instrumento

Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (cuestionario / guía de entrevista) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **"Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024"**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión / subcategoría y basta para obtener la medición de esta.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El/la ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El/la ítem/pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota: Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008)

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable/categoría

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 0 ó 1 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente).

Definición de la variable 1 / categoría 1:

Actitud Empresarial: Lozada (2018) Se refiere a la capacidad de generar o comenzar un proyecto, una empresa o un nuevo estilo de vida, impulsado por la confianza en uno mismo y la determinación de actuar en post de nuestras aspiraciones con empeño hasta convertirlas en realidad.

Dimensión 1	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de realización	Iniciativa	1. Aprovecho las oportunidades.	1	1	1	1	
		2. Intento varias formas para superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	1	1	1	1	
	Exigencia de la calidad	3. Prefiero realizar tareas que conozco bien y en las que me siento seguro	1	1	1	1	
		4. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo	1	1	1	1	



Dimensión 2	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de planificación	Búsqueda de información	5. Escucho con atención a cualquier persona que esté conversando conmigo.	1	1	1	1	
		6. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	1	1	1	1	
	Monitoreo	7. Hago las cosas que me ayuden a lograr mis objetivos.	1	1	1	1	
		8. Regularmente verifico cuánto falta para lograr mis objetivos.	1	1	1	1	
	Utilización de recursos financieros	9. Tengo un buen manejo de mis recursos financieros.	1	1	1	1	
		10. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.	1	1	1	1	
Dimensión 3	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de relacionarse	Persuasión	11. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.	1	1	1	1	
		12. Me mantengo firme en mis decisiones, incluso cuando otras personas no estén de acuerdo.	1	1	1	1	
	Optimización de la red de contactos	13. Consigo que otras personas apoyen mis puntos de vista.	1	1	1	1	
		14. Desarrollo estrategias para influir a otros.	1	1	1	1	
	Autoconfianza	15. Cuando intento alguna cosa difícil o desafiante, siento confianza de que tendré éxito.	1	1	1	1	
		16. Consigo que otras personas vean que soy capaz de ejecutar lo que me propuse hacer.	1	1	1	1	

Control conductual: Guzmán et al. (2020) Consideran al control conductual como la convicción personal de tener la capacidad de manejar las dificultades presentes para llevar a cabo una conducta específica.


Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Factores Internos	Habilidades físicas	1. Tengo fuerza para realizar las tareas de mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		2. Me considero una persona activa	1	1	1	1	
		3. Tengo resistencia para hacer crecer mi negocio.	1	1	1	1	
	Habilidades psicológicas	4. Tengo carácter emprendedor	1	1	1	1	
		5. Confío en mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		6. Soy una persona resiliente.	1	1	1	1	
		7. Me siento preparado para emprender.	1	1	1	1	
		8. Muestro seguridad en mí mismo.	1	1	1	1	
Factores Externos	El tiempo disponible	9. Procuro no posponer para terminar todo a tiempo.	1	1	1	1	
		10. Cumpló plazos en la ejecución de un trabajo en mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		11. Me enfoco en mis objetivos a largo plazo	1	1	1	1	
	Oportunidades	12. Me gusta anticiparme a los hechos al crear mi emprendimiento	1	1	1	1	
		13. Soy entusiasta a la hora de enfrentarme a nuevos retos	1	1	1	1	
		14. Me gusta asumir riesgos	1	1	1	1	
		15. Creo oportunidades laborales para otras personas.	1	1	1	1	
		16. Cuento con asesoramiento.	1	1	1	1	

Ficha de validación de juicio de experto

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Medir la actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024
Nombres y apellidos del experto	Dra Rosana Alejandra Meleán Romero
Documento de identidad	
Años de experiencia en el área	20 años



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Máximo Grado Académico	Doctora
Nacionalidad	Venezolana
Institución	Univ. César Vallejo
Cargo	Docente Renacyt
Número telefónico	
Firma	
Fecha	05-Rosana Alejandra Meleán Romero

Ficha de Validación de contenido para el instrumento

Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (cuestionario / guía de entrevista) que permitirá recoger la información en la presente investigación: "**Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024**". Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión / subcategoría y basta para obtener la medición de esta.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El/la ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El/la ítem/pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota: Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008)

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable/categoría

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 0 ó 1 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente).

Definición de la variable 1 / categoría 1:

Actitud Empresarial: Lozada (2018) Se refiere a la capacidad de generar o comenzar un proyecto, una empresa o un nuevo estilo de vida, impulsado por la confianza en uno mismo y la determinación de actuar en post de nuestras aspiraciones con empeño hasta convertirlas en realidad.

Dimensión 1	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de realización	Iniciativa	1. Aprovecho las oportunidades.	1	1	1	1	
		2. Intento varias formas para superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	1	1	1	1	
	Exigencia de la calidad	3. Prefiero realizar tareas que conozco bien y en las que me siento seguro	1	1	1	1	
		4. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo	1	1	1	1	



Dimensión 2	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de planificación	Búsqueda de información	5. Escucho con atención a cualquier persona que esté conversando conmigo.	1	1	1	1	
		6. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	1	1	1	1	
	Monitoreo	7. Hago las cosas que me ayuden a lograr mis objetivos.	1	1	1	1	
		8. Regularmente verifico cuánto falta para lograr mis objetivos.	1	1	1	1	
	Utilización de recursos financieros	9. Tengo un buen manejo de mis recursos financieros.	1	1	1	1	
		10. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.	1	1	1	1	
Dimensión 3	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de relacionarse	Persuasión	11. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.	1	1	1	1	
		12. Me mantengo firme en mis decisiones, incluso cuando otras personas no estén de acuerdo	1	1	1	1	
	Optimización de la red de contactos	13. Consigo que otras personas apoyen mis puntos de vista.	1	1	1	1	
		14. Desarrollo estrategias para influir a otros.	1	1	1	1	
	Autoconfianza	15. Cuando intento alguna cosa difícil o desafiante, siento confianza de que tendré éxito.	1	1	1	1	
		16. Consigo que otras personas vean que soy capaz de ejecutar lo que me propuse hacer.	1	1	1	1	



Control conductual: Guzmán et al. (2020) Consideran al control conductual como la convicción personal de tener la capacidad de manejar las dificultades presentes para llevar a cabo una conducta específica.


Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Factores Internos	Habilidades físicas	1. Tengo fuerza para realizar las tareas de mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		2. Me considero una persona activa	1	1	1	1	
		3. Tengo resistencia para hacer crecer mi negocio.	1	1	1	1	
	Habilidades psicológicas	4. Tengo carácter emprendedor	1	1	1	1	
		5. Confío en mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		6. Soy una persona resiliente.	1	1	1	1	
		7. Me siento preparado para emprender.	1	1	1	1	
		8. Muestro seguridad en mí mismo.	1	1	1	1	
Factores Externos	El tiempo disponible	9. Procuero no posponer para terminar todo a tiempo.	1	1	1	1	
		10. Cumplo plazos en la ejecución de un trabajo en mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		11. Me enfoco en mis objetivos a largo plazo	1	1	1	1	
	Oportunidades	12. Me gusta anticiparme a los hechos al crear mi emprendimiento	1	1	1	1	
		13. Soy entusiasta a la hora de enfrentarme a nuevos retos	1	1	1	1	
		14. Me gusta asumir riesgos	1	1	1	1	
		15. Creo oportunidades laborales para otras personas.	1	1	1	1	
		16. Cuento con asesoramiento.	1	1	1	1	

Ficha de validación de juicio de experto

Nombre del instrumento	Cuestionario
Objetivo del instrumento	Medir la actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024
Nombres y apellidos del experto	Dr. Fernando Nolazco Labajos
Documento de identidad	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Años de experiencia en el área	23 años
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	Peruano
Institución	Univ. César Vallejo
Cargo	Docente Renacyt
Número telefónico	
Firma	
Fecha	01/09/2024

Ficha de Validación de contenido para el instrumento

Presentación de instrucciones para el juez: Apellido y Nombre

A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (cuestionario / guía de entrevista) que permitirá recoger la información en la presente investigación: **“Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024”**. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Calificación
Suficiencia	El/la ítem/pregunta pertenece a la dimensión / subcategoría y basta para obtener la medición de esta.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Claridad	El/la ítem/pregunta se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Coherencia	El/la ítem/pregunta tiene relación lógica con el indicador que está midiendo.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo
Relevancia	El/la ítem/pregunta es esencial o importante, es decir, debe ser incluido.	1: de acuerdo 0: en desacuerdo

Nota: Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008)

Matriz de validación del cuestionario/guía de entrevista de la variable/categoría

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 0 ó 1 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente).

Definición de la variable 1 / categoría 1:

Actitud Empresarial: Lozada (2018) Se refiere a la capacidad de generar o comenzar un proyecto, una empresa o un nuevo estilo de vida, impulsado por la confianza en uno mismo y la determinación de actuar en post de nuestras aspiraciones con empeño hasta convertirlas en realidad.

Dimensión 1	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de realización	Iniciativa	1. Aprovecho las oportunidades.	1	1	1	1	
		2. Intentó varias formas para superar los obstáculos que complican la realización de mis objetivos.	1	1	1	1	
	Exigencia de la calidad	3. Prefiero realizar tareas que conozco bien y en las que me siento seguro	1	1	1	1	Prefiere realizar tareas que conoce bien y se sienta seguro.
		4. Hago lo que es necesario, sin que otros tengan que pedírmelo	1	1	1	1	



Dimensión 2	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de planificación	Búsqueda de información	5. Escucho con atención a cualquier persona que esté conversando conmigo.	1	1	1	1	
		6. Busco diferentes fuentes de información que me ayuden en mis trabajos y proyectos.	1	1	1	1	
	Monitoreo	7. Hago las cosas que me ayuden a lograr mis objetivos.	1	1	1	1	Realizo actividades que me ayuden a lograr mis objetivos
		8. Regularmente verifico cuánto falta para lograr mis objetivos.	1	1	1	1	Evalúo con frecuencia mi progreso hacia la consecución de mis objetivos
	Utilización de recursos financieros	9. Tengo un buen manejo de mis recursos financieros.	1	1	1	1	
		10. Sé cuánto dinero es necesario para desarrollar mis proyectos o actividades.	1	1	1	1	Tengo claro cuánto dinero necesito para llevar a cabo mis proyectos o actividades
Dimensión 3	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Capacidad de relacionarse	Persuasión	11. Les digo a las personas lo que tienen que hacer, aunque no lo quieran hacer.	1	1	1	1	
		12. Me mantengo firme en mis decisiones, incluso cuando otras personas no estén de acuerdo	1	1	1	1	
	Optimización de la red de contactos	13. Consigo que otras personas apoyen mis puntos de vista.	1	1	1	1	
		14. Desarrollo estrategias para influir a otros.	1	1	1	1	
	Autoconfianza	15. Cuando intento alguna cosa difícil o desafiante, siento confianza de que tendré éxito.	1	1	1	1	
		16. Consigo que otras personas vean que soy capaz de ejecutar lo que me propuse hacer.	1	1	1	1	

Definición de la variable 2 / categoría 2:


Control conductual: Guzmán et al. (2020) Consideran al control conductual como la convicción personal de tener la capacidad de manejar las dificultades presentes para llevar a cabo una conducta específica.

Dimensión	Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observación
Factores Internos	Habilidades físicas	1. Tengo fuerza para realizar las tareas de mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		2. Me considero una persona activa	1	1	1	1	
		3. Tengo resistencia para hacer crecer mi negocio.	1	1	1	1	
	Habilidades psicológicas	4. Tengo carácter emprendedor	1	1	1	1	
		5. Confío en mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		6. Soy una persona resiliente.	1	1	1	1	
		7. Me siento preparado para emprender.	1	1	1	1	
		8. Muestro seguridad en mí mismo.	1	1	1	1	
Factores Externos	El tiempo disponible	9. Procuro no posponer para terminar todo a tiempo.	1	1	1	1	
		10. Cumpló plazos en la ejecución de un trabajo en mi emprendimiento.	1	1	1	1	
		11. Me enfoco en mis objetivos a largo plazo	1	1	1	1	
	Oportunidades	12. Me gusta anticiparme a los hechos al crear mi emprendimiento	1	1	1	1	
		13. Soy entusiasta a la hora de enfrentarme a nuevos retos	1	1	1	1	
		14. Me gusta asumir riesgos	1	1	1	1	
		15. Creo oportunidades laborales para otras personas.	1	1	1	1	
		16. Cuento con asesoramiento.	1	1	1	1	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Ficha de validación de juicio de experto

Nombre del instrumento	
Objetivo del instrumento	
Nombres y apellidos del experto	Giuliana Del Pilar Saravia Ramos
Documento de identidad	43866057
Años de experiencia en el área	7 años
Máximo Grado Académico	Doctor
Nacionalidad	Peruana
Institución	Universidad César Vallejo
Cargo	Docente Renacyt
Número telefónico	921008883
Firma	
Fecha	01-09-2024

Anexo 4. Resultados del análisis de consistencia interna

Prueba de confiabilidad: Cuestionario de recopilación de datos de la actitud emprendedora

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	34	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	34	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	16

Prueba de confiabilidad: Cuestionario de recopilación de datos del control conductual.

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	34	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	34	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	10

Anexo 5. Consentimiento informado UCV (según corresponda)

Título de la investigación: Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Investigador (a) (es): Milagros Helen Jacome Mallico.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada: “Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024”, cuyo objetivo es: Determinar la relación de la actitud y el control conductual de los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes (colocar: pre o posgrado), de la carrera profesional de Administración o programa de titulación, de la Universidad César Vallejo del campus Ate Vitarte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Parque Industrial de Huaycán.

Describir el impacto del problema de la investigación.

El emprendimiento viene asumiendo cada vez una mayor relevancia en todo ámbito, el impacto que genera en la reducción de la brecha laboral y económica es de suma importancia tanto para el crecimiento económico y social de un país.

A su vez, el desarrollo y fortalecimiento de los diversos factores impulsan a que se vuelva absolutamente importante.

Procedimiento

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

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada:” Actitud y el control conductual en los emprendedores jóvenes de Huaycán – Lima 2024”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 5 minutos y se realizará en el ambiente del Parque Industrial de Huaycán.

Las respuestas al cuestionario o 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 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 informará que los resultados de la investigación se le alcanzará 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 (a) (es) Jacome Mallco, Milagros Helen; email: jacomehelen24gmail.com y Docente asesor Mendoza Carhuancho, Irma Milagros.