



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
PSICOLOGÍA**

Propiedades Psicométricas del Test de Actitud Emprendedora en una Muestra de
Trabajadores de Chimbote, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Psicología**

AUTORES:

Azañero Rodríguez, Alexandra Ysabel (ORCID: 0000-0003-0116-8043)
Navarro Chávez, Elsie Maziel (ORCID: 0000-0001-8431-3001)

ASESORES:

Dr. Noe Grijalva, Martin (ORCID: 0000-0003-2224-8528)
Mgrt. Alva Olivos, Manuel (ORCID: 0000-0001-7623-1401)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Psicométrica

CHIMBOTE – PERÚ

2020

Dedicatoria

Principalmente a Dios, por guiarme en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados y por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A mis padres por su amor, trabajo y sacrificio todos estos años, por los valores que gracias a ellos poseo, por confiar en mí y por acompañarme en cada momento y nunca dejarme sola en este trayecto.

A mi madrina, por impulsarme siempre a ser mejor persona y hacerme entender el valor de la palabra “poder”.

A mi hijo Jamil por ser la base de mi motivación y mi fortaleza para salir adelante y nunca rendirme.

A mi hermana por su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso y por estar conmigo en todo momento.

A mi abuela Mercedes por sus sabios consejos, bondad y enseñanzas brindadas.

A mis tíos Lilia, Pablo y Víctor por proyectar en mí lo que es verdaderamente unión y apoyo familiar y a mis primas por ser como mis hermanas y estar presentes en las buenas y las malas.

Azañero Rodríguez, Alexandra Ysabel

Dedicatoria

A Dios se lo dedico, ya que Él es el Dueño de nuestro destino y Hacedor de nuestros Sueños; quien al ver nuestro esfuerzo hace realidad lo que tanto deseamos,

A mi mamita María, por ser mi Bálsamo de Vida durante todos estos años.

A mis padres Consuelo Chávez y Luis Navarro, por ser los principales promotores de mis sueños, y por haberme formado con grandiosos valores para encaminarme en la vida por el camino correcto.

A mis hermanos, Ailyn Navarro y Jesús Navarro que, durante todos estos años, me han apoyado con su contagiante alegría y cada día me han demostrado que la unidad familiar ha sido mi mayor fuerza para enfrentar la vida en tiempos difíciles.

Navarro Chávez, Elsie Maziel

Agradecimiento

En primer lugar agradecemos a Dios, por acompañarnos y guiarnos en cada actividad que hemos realizado, por cada día brindarnos más aprendizajes y experiencias; así como habernos permitido alcanzar nuestro más grandioso sueño, el ser Psicólogas de corazón, y por habernos guiado a lo largo de nuestra existencia, siendo Él nuestra fortaleza en los momentos difíciles; a Él primeramente, ya que desde el inicio de nuestra carrera nos ha otorgado de su compañía en los momentos de flaqueza para poder continuar; nos ha brindado su sabiduría para ser unas buenas estudiantes, nos ha regalado su fortaleza para no rendirnos ante las circunstancias difíciles que se presentaron en el sendero de nuestra vida.

A nuestros padres por confiar en nuestras capacidades y destrezas y darnos la oportunidad de tener una excelente educación y sobre todo por ser ellos un excelente ejemplo de vida a seguir; enseñándonos que todo es posible en la vida, siempre que Dios se encuentre delante de nuestros proyectos.

A todos nuestros familiares y amigos, por sus palabras llenas de motivación, las cuales nos han impulsado a luchar por el logro de nuestras metas.

A nuestros asesores de tesis, quienes contribuyeron al desarrollo del presente trabajo, el Dr. Martin Noe Grijalva, el Dr. Manuel Alva, el Lic Roberto Fiestas, el Lic. Gutember Peralta, y la Dr. Iveth Flores, que por sus experiencias, conocimientos, paciencia y motivación brindada nos orientaron en esta investigación para lograr formarnos y desarrollarnos como excelentes profesionales.

Los autores

Página del Jurado

Página del jurado

Declaratoria de Autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Alexandra Ysabel Azañero Rodriguez con DNI 72186397, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grado y Titulo de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Humanidades, Escuela de Psicología, declaro bajo juramento que toda la documentación que presento es veraz y autentica.

Asimismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información brindada en la investigación son auténticos y veraces.

Es por ello, que asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad omisión tanto de los documentos y la información presentada, por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Nuevo Chimbote, febrero 2020



Alexandra Ysabel Azañero
Rodriguez
72186397

Declaratoria de autenticidad

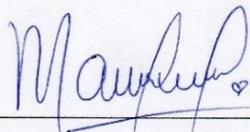
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, ELSIE MAZIEL NAVARRO CHAVEZ con DNI 70918112, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grado y Título de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Humanidades, Escuela de Psicología, declaro bajo juramento que toda la documentación que presento es veraz y autentica.

Asimismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información brindada en la investigación son auténticos y veraces.

Es por ello, que asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad omisión tanto de los documentos y la información presentada, por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Nuevo Chimbote, Febrero 2020



Navarro Chávez Elsie Maziel
70918112

PRESENTACIÓN

Estimados miembros del jurado

Presentamos ante ustedes la Tesis titulada:

“Propiedades Psicométricas del Test de Actitud Emprendedora en una Muestra de Trabajadores de Chimbote, 2019”. En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Psicología, esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Azañero Rodríguez, Alexandra Ysabel

Navarro Chávez, Elsie Maziel

ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iv
Página del jurado	v
Declaratoria de autenticidad	vii
Presentación.....	ix
Índice	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	8
2.1. Tipo y Diseño de investigación	8
2.2. Operacionalización de Variables	9
2.3. Población, muestra y muestreo	10
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	11
2.5. Procedimiento	12
2.6. Método de análisis de datos	13
2.7. Aspectos éticos	13
III. RESULTADOS	15
IV. DISCUSIÓN	19
V. CONCLUSIONES	22
VI. RECOMENDACIONES	23
REFERENCIAS	24
ANEXOS	30

RESUMEN

El estudio ejecutado bajo un diseño instrumental, tuvo como objetivo determinar las evidencias psicométricas del test de Actitud Emprendedora en una muestra no aleatoria de 378 trabajadores de las áreas de servicio y venta comercial de Chimbote. Los resultados evidencian en la validez por el análisis factorial de corte confirmatorio, índices de ajuste $\chi^2/(gl)=1.89$, AGFI=.924, RMSEA=.049, CFI=.91, TLI =.93, asimismo cargas factoriales estandarizadas de .32 a .77, y covarianzas entre las variables observadas de .42 a .97, en la confiabilidad, por consistencia interna, se procedió con el coeficiente omega, para Autoestima=.76, Asunción de riesgo=.73, Necesidad de logro=.85, Control percibido interno=.83, que aporta en los ejes de metodología, asimismo la teoría y de forma resaltante la práctica.

Palabras clave : Actitud emprendedora, validez, confiabilidad.

ABSTRACT

The study carried out under an instrumental design, aimed to determine the psychometric evidence of the Entrepreneurial Attitude test in a non-random sample of 378 workers from the Chimbote commercial service and sales areas. The results show in the validity by the confirmatory cut factor analysis, adjustment indexes $\chi^2 / (gl) = 1.89$, AGFI = .924, RMSEA = .049, CFI = .91, TLI = .93, also standardized factor loads of .32 to .77, and covariances between the variables observed from 42 to .97, in reliability, due to internal consistency, the omega coefficient was followed, for Self-esteem = .76, Risk assumption = .73, Need for achievement = .85, Internal Perceived Control = .83, which contributes in the axes of methodology, also the theory and in a remarkable way the practice.

Keywords: Entrepreneurial attitude, validity, reliability.

I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el emprendimiento y la informalidad han surgido como alternativa para generar ingresos e incrementar la productividad (Suárez, 2011). Asimismo, Basu y Virick (2014) refieren que el emprendimiento ofrece oportunidades significativas para que las personas logren independencia económica y contribuyan a la creación de empleo, de innovación y de desarrollo y crecimiento económico.

Al optar las personas por laborar de manera informal a cambio de adquirir un salario económico que los ayude a subsistir y sobrevivir, ha surgido en la mentalidad de la población, la opción para crear nuevos puestos de trabajo, no solo aquellas en las que se labora dentro de una organización; sino también aquellas iniciativas independientes de negocio. (Castiblanco, 2013).

Nwokike (como se citó en Padilla, Lascano y Jiménez, 2018, p. 311) define al espíritu emprendedor como la idea más importante para empezar un negocio y de esta manera poder obtener ingresos económicos mediante diversas oportunidades, el emprendimiento no solo sirve de apoyo para que exista un equilibrio en la economía de una población al incrementar las ganancias, sino que además sirve de aporte en su desarrollo al crear ideas innovadoras significativas en el mercado. De la misma manera Contreras, Espinosa, Soria, Portalanza, Jauregui y Omana (2017) menciona que el espíritu empresarial es un tema importante por el impacto que se da en el desarrollo y bienestar económico del país, encontrándose asociado a una capacidad de innovación, iniciativa y creatividad (Naia, Baptista, Biscaia, Januário y Trigo, 2017), así como también, refieren Raposo y Paço (2011) donde mencionan que un alto nivel de actividad empresarial contribuye a fomentar la competencia, la innovación, el crecimiento económico, la creación de empleo y el bienestar de la sociedad.

Por otro lado una investigación realizada en Barcelona, por la International Center por Entrepreneurs (2018) las estadísticas manifiestan que uno de cada cuatro habitantes de América Latina tienen entre 15 y 29 años, lo cual siendo esta población notoriamente más joven que otras regiones, da lugar al incremento de la actitud emprendedora, siempre y cuando haya un

acompañamiento apropiado tanto por parte de otras entidades como de la propia empresa privada; dicho acompañamiento debe aportar en la formación de dicha población. Mientras que GEM (2018) manifiesta que el rango de edad para desarrollar un negocio varía entre 25-34 o 35-44 en la mayoría de las economías, dado que es cierto que a esta edad aún no hayan alcanzado el nivel de ser propietarios de una empresa establecida; por ende, es muy probable que se encuentre en mayor nivel de sintonía con ideas más recientes y que sientan mucha iniciativa y entusiasmo para buscar nuevas oportunidades.

El GEM (2017) refiere que el Perú sigue siendo uno de los países más emprendedores y se encuentra entre los primeros cuatro con mayor actividad emprendedora. Dicha investigación fue realizada por Global Entrepreneurship Monitor, a 2080 personas, hombres y mujeres entre 18 y 64 años de nivel socioeconómico A, B, C, D y E residentes en Perú. La cobertura de la muestra se dio en todos los departamentos. En dónde, la creación de nuevos negocios es un indicador de fuerza para nuestro territorio peruano, según lo indica Global Innovation Index (2019), ya que cuenta con un rango de valor de 35% en cuanto al nivel de producción del conocimiento y la tecnología en el Perú.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) refiere que en Chimbote, entre la población censada ocupada de 14 y más años de edad en el área de servicios y vendedores de comercio, a partir de 14 a 29 años de edad, ocupa el 28.13% de la población total, mientras que a partir de los 30 a 44 años de edad, se encuentra el 30.87% , de las personas que laboran, y a partir de 45 a 62 años de edad, abarca el 32.28% y el 8.72% de la población total de varones del distrito de Chimbote es a partir de 65 años a más. Por otro lado el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2014) manifiesta que si la persona es menor de edad podrá trabajar siempre y cuando cuente con la autorización del mismo, ya que según el Código de los Niños y Adolescentes (2000) en la Ley N° 27337, considera “niño” a todo ser humano desde su concepción hasta cumplir los doce años de edad y “adolescente” desde los doce hasta cumplir los dieciocho años de edad.

El INEI (2017) realizó una encuesta poblacional, en la cual se identificó que en el distrito de Nuevo Chimbote, se inicia la actividad laboral en el área de servicios y vendedores de

comercio, a partir de 14 a 29 años de edad, la cual ocupa el 27.03% de la población total, mientras que a partir de los 30 a 44 años de edad, se encuentra el 30.16% , de las personas que laboran, y a partir de 45 a 62 años de edad, abarca el 34.98% y el 7.83% de la población total de mujeres del distrito de Nuevo Chimbote es a partir de 65 años a más.

Dentro de los instrumentos utilizados en los estudios realizados sobre emprendimiento, se muestra interés por estudiar la escala de Escala de Actitud Emprendedora de Catherine Krauss, dado que evalúa 4 aspectos de la actitud emprendedora, en la cual el primer aspecto involucra a la autoestima relacionado a la actitud, el segundo aspecto está relacionada a la asunción del riesgo, el tercer aspecto está orientada a la necesidad del logro y el último aspecto está orientada al control percibido interno.

Por otro lado, existen investigaciones a nivel internacional, como Robinson (1987) quien desarrolló y validó la escala Entrepreneurship Attitude Orientation Scale (EAO), un proceso a gran escala estándar que consta de dos fases. Una fase consistió en el desarrollo de los ítems del cuestionario. Y la otra fase consistió en la validación externa del nuevo cuestionario. El cuestionario fue administrado a 91 estudiantes de una de las clases de introducción a la psicología. Este grupo consideró cada elemento dentro del área afectiva, cognitivo y conductual y se califica en una escala de muy en desacuerdo hasta muy de Acuerdo.

Existen investigaciones a nivel nacional, como la realizada por Ortiz (2019) cuyo objeto de estudio fue analizar las propiedades psicométricas de la escala de actitud emprendedora adaptada por Krauss en el 2011. Estudio de tipo psicométrico instrumental, con un grupo muestral de 842 estudiantes, de género masculino y femenino, perteneciente a una universidad nacional de Lima, cuyas edades oscilaban entre los 17 y 36 años, elegidos mediante un muestreo probabilístico, tipo aleatorio simple valorando los indicadores de sexo y edad. En el producto obtenido se evidenció que, al analizar los 4 factores, existió un rango entre 0,548 a 0,786, en sus coeficientes de consistencia interna, por lo cual se evidenció un nivel adecuado de las propiedades psicométricas del instrumento en esa población; debido a que también se halló en los ítems, medidas fundamentadas en el contenido que demostraron la validez (V de aiken = 1.0).

A nivel local encontramos el trabajo realizado por Chumpitazi (2017) quién tuvo como objeto de estudio determinar las propiedades psicométricas de la escala “Actitud emprendedora en jóvenes universitarios de Chimbote”, en donde se aplicó la escala de actitud emprendedora adaptada por Krauss en el año 2011. Asimismo, se trabajó con un grupo muestral de 593 estudiantes universitarios, de género femenino y masculino de las diferentes carreras profesionales de 4 universidades de Chimbote, siendo el rango de las edades de los sujetos de 16 a 29 años, siendo seleccionados mediante un muestreo probabilístico estratificado teniendo como criterios, el centro de estudios al que pertenecen, género y edad. Los coeficientes de consistencia interna se encuentran entre .57 a .88 al analizar los 4 factores, y en cuanto a la validez la escala presenta 6 ítems que necesitan ser revisados. Se concluye afirmando que la escala de manera general presenta bondades psicométricas obteniendo como resultado una consistencia interna de 0,86.

Han existido autores que han intentado dar muchas definiciones de la palabra “actitud”, sin embargo, Krauss (2011) la define como una predisposición para brindar una respuesta favorable o desfavorable y puede ser una persona, un lugar, un objeto, un evento, una actividad, etc. Por otro lado, Schumpeter (Citado en Krauss, 2007) manifiesta que el emprendedor se reconoce y diferencia de otros, en la forma en la que innova, usando del conocimiento disponible para producir un nuevo producto o iniciar un negocio.

Según McClelland (1961) describió que los emprendedores poseen una fuerte necesidad del logro y les agrada tomar sus propias decisiones asumiendo riesgos. Así como, se caracterizan por el deseo de independencia, dado que nada es rotativo y rutinario según manifestó Krauss el 2007.

Cabe precisar que, Ibáñez (2002) manifiesta que un individuo antes de dar el primer paso para iniciar su propio proyecto atraviesa un periodo de maduración, el cual es modelado, por su entorno, pero también por sus propias características personales. (Citado por Ibáñez y Zabala, 2018).

Hofstede (2003) refiere que los patrones del comportamiento del individuo, son inconscientes y estos han sido programados por la cultura. En donde, esta misma influye en el pensamiento

empresarial a través de dos mecanismos, según lo manifiesta Davidsson (1995). En primer aspecto, una cultura solidaria haría la carrera empresarial sea más valorada y socialmente reconocida, por tanto, más personas procurarán iniciar un negocio, muy independientemente de sus creencias y actitudes. (Etzioni, 1987 citado por Fernández & Liñán, 2014). Y otro aspecto, sería la formación de una cultura que promueva más valores y patrones de pensamiento pro-empresarial, lo cual esto lograría que más individuos muestren rasgos y actitudes psicológicas consistentes con el espíritu empresarial. (Fernández, Liñán y Santos, 2009; citado por Fernández & Liñán, 2014).

Portilla (2010) refiere que Schumpeter y McClelland son dos escritores muy característicos en lo que respecta a la definición conceptual de emprendimiento, así como también en cuanto al espíritu emprendedor; ya que no solo se estudia la predisposición para formar una determinada compañía, sino también los elementos sociales, económicos y políticos que perjudican el crecimiento de los planes y su perennidad en el tiempo.

Robinson (1987) analizó las actitudes emprendedoras en la Escala Original, EAO considerando 4 factores, siendo los siguientes: Necesidad de Logro, estando relacionada con los resultados visibles y concretos que se obtienen en el desarrollo de nuevos aprendizajes. Así como también, se encuentra la Innovación, considerada como la única y nueva forma del funcionamiento de una organización. Otro es el Control percibido interno, dado que influye en los resultados. La autoestima involucra el nivel de sentimiento de competencia y el nivel de confianza para llevarlo a cabo. (Citado por Krauss, 2007).

Mientras que Ibáñez (2001) tradujo el mismo instrumento y lo adaptó en España con 5 factores según su población de estudio, los cuales son: Autoestima, Necesidad del Logro, Control percibido interno, Innovación y planificación o visión a futuro.

Krauss (2007) tras analizar el primer planteamiento de Robinson y el segundo planteamiento de Ibáñez, plantea 4 aspectos de la siguiente manera: En el factor necesidad del logro, es considerado como lo que motiva a la persona en la búsqueda del éxito y mejora el esfuerzo que las personas deben emplear para llegar a esa meta de superación. En cuanto al control percibido interno, lo define como el individuo lo identifica como el propio compromiso, dado que trabaja

duro para conseguir sus metas. La Autoestima está explicada por la valoración que tiene el estudiante de sí mismo, refiriendo en algunos casos no confiar en sus propias capacidades. En donde, la asunción del riesgo es entendida como la capacidad de hacer cosas nuevas. Luego, de haber realizado el análisis de carga factorial, sólo considera estos cuatro factores como predominantes.

El sustento teórico de nuestra investigación fue considerado a partir del análisis de las actitudes emprendedoras de Catherine Krauss (2011), la cual se basa en el estudio investigativo realizado por Ibáñez (2001) en España quien utilizó la Escala (EAO) traduciéndola y adaptándola a su población de estudio. Su investigación se basó en la Teoría de la Actitud definida por Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt (1991). En donde, Robinson creó Entrepreneurship Attitude Orientation Scale (EAO), en 1987, en Estados Unidos, en la que evalúa la actitud emprendedora, de la siguiente manera: La definición de la palabra “Actitud” es considerada como la predisposición para argumentar a favor o en contra, a un elemento, es decir “una disposición pre evaluativa general” y es modelada o eclipsada por variables tales como los valores, los motivos, hábitos, experiencia, normas y expectativas , o las personas específicas, el lugar, o las cosas; que van acompañadas para lograr la medición específica de la actitud (Ajzen, 1982). Así, como Parales y Vizcaíno (2007) conjugan con la idea investigativa de Allport (1935) cuando manifiesta que las actitudes son antecedentes del comportamiento y el estudiarlas es requisito indispensable para la predicción de una acción.

La teoría de la actitud de Robinson está fundamentada en el enfoque planteado por Fishbein y Ajzen (1975) en la cual manifiesta que la actitud está representada sólo por la reacción afectiva, considerándose así como un constructo unidimensional, posteriormente considerada como la Teoría de la Acción Razonada; en donde la “actitud” que se tiene hacia el comportamiento es la predisposición favorable o desfavorable, hacia el desarrollo de una determinada conducta. (Rueda, Fernández & Herrero (2013)

Asimismo, Allport (1935) hace mención de un enfoque que influye en la teoría de la Actitud, y es un Modelo Tripartito, en donde las reacciones de las personas son de 3 tipos de reacción: En un componente cognitivo (abarca pensamientos y creencias hacia un objeto de actitud), en

otro componente afectivo (señala a los sentimientos positivos y negativos) y en el componente conductual (consiste en las predisposiciones y las intenciones de comportarse de una manera).

La actitud es la combinación de estos tres componentes, según este modelo tripartito.

En tal sentido estos aportes conllevan a sustentar los aportes de Ibáñez (2001), quien se basa en los aportes de Robinson, asimismo explica que, por la carencia de un marco conceptual sobre el Entrepreneur, ha llevado a descubrimientos inconscientes, y se ha empezado a desarrollar modelos que pueden ser de utilidad al describir el desarrollo y la importancia de las características de una persona emprendedora.

De esta manera, surgió la interrogante ¿Existen evidencias psicométricas del Test de Actitud Emprendedora en una muestra de Trabajadores de Chimbote, 2019?

Siendo de gran importancia en nuestra investigación, los niveles de justificación de nuestro estudio son: En cuanto al nivel teórico, los resultados obtenidos sirven para aumentar el conocimiento de la variable estudiada. Y en cuanto al nivel práctico, permite contar con un instrumento y puntuaciones en el uso del campo organizacional. A nivel metodológico, sirve como referente para otras investigaciones de estudios psicométricos. A nivel social, dado que permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, para diagnosticar necesidades y aplicar soluciones prácticas a los aspectos concretos del entorno y hábitat de la persona. Por lo anteriormente expuesto fue necesario contar con el instrumento “Test de Actitud Emprendedora de Krauss” adaptado a nuestra localidad, ya que nos permite tener puntuaciones de acuerdo a nuestras características sociodemográficas, enfocadas al nivel de emprendimiento en la población estudiada.

Por esta razón, el objetivo general de nuestra investigación, fue determinar las evidencias psicométricas del Test de Actitud Emprendedora en una Muestra de Trabajadores de Chimbote, 2019. Y dentro de los objetivos específicos, fueron: (1) Determinar la evidencia de validez de constructo mediante el análisis factorial confirmatorio (2) Determinar la evidencia de confiabilidad a través del coeficiente omega del Test de Actitud Emprendedora en una muestra de Trabajadores de Chimbote, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de investigación

En la investigación se utilizó el tipo de investigación de enfoque cuantitativo, dado que se estudió la actitud emprendedora utilizando la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de establecer pautas en el comportamiento de la actitud emprendedora y comprobar la teoría que fundamenta su estudio, según refiere Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Se usó el diseño instrumental, en esta jerarquía se integran a aquellos estudios que consideran las propiedades psicométricas de instrumentos de medida psicológicos. Muñiz, Elosua, y Hambleton, citado por Atto, López, y Benavente (2013).

2.2. Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Escala de Medición
<p style="text-align: center;">ACTITUD EMPREND EDORA</p>	<p>Actitud, es una predisposición para brindar una respuesta favorable o desfavorable. En donde, tiene un centro específico, que puede ser una persona, un lugar, un objeto, un evento, una actividad, etc. (Krauss, 2011).</p>	<p>La actitud emprendedor a se medirá mediante el Test de Actitud Emprendedor a; que permite detectar y evaluar el nivel de Actitud emprendedor a en Trabajadores. Este test contiene 30 ítems. (Krauss, 2007).</p>	<p>Krauss (2007) nos menciona que existen cuatro subescalas las cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Autoestima (1, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 27). 2. Asunción de Riesgo (14, 18, 23, 28, 29, 30). 3. Necesidad de Logro (16, 17, 20, 21, 25, 26, 15, 19, 24) 4. Control Percibido Interno (2, 4, 5, 9, 7, 22) 	<p style="text-align: center;">Ordinal</p>

2.3. Población, muestra y muestreo

La población considerada para nuestra investigación, fueron los trabajadores de Chimbote, los cuales se encontraron registrados en el Instituto Nacional de Estadística e Investigación (2017). De la siguiente manera, se encontraron distribuidos:

Tabla 1 *Distribución de Trabajadores de servicio y vendedores de comercio de Chimbote por sexo*

SEXO	TOTAL
N° VARONES	8 683
N° MUJERES	11 659
TOTAL	20 342

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Investigación (2017).

La muestra estimada fue de 378, siendo calculada en función y de acuerdo al total de número de trabajadores de Chimbote. En donde, para determinar su tamaño se utilizó la siguiente fórmula para poblaciones finitas (Martínez, 2012):

$$n = \frac{NZ^2 P (1- P)}{(N-1) e^2 + Z^2 P (1- P)}$$

Donde:

n: Tamaño de la Muestra

z: Nivel de Confiabilidad (95% =1.96)

p: Proporción de la población con la característica deseada

E: Error de estimación (E=0.05)

N: Tamaño de la Población

Reemplazando los datos:

Margen de Error = 5

Nivel de Confianza = 95%

Población = 20 342

Muestra = 378

En este estudio, se utilizó un muestreo no probabilístico intencional, en el cual se realizó sobre la base del conocimiento y los criterios del investigador. Se basó, primordialmente, en la experiencia con la población. (Vara, 2010).

Dentro de los criterios de inclusión, considerados fueron; ser trabajadores de Chimbote que se dediquen al servicio y la venta de comercio, ser mayor de 18 años, ser trabajadores que sepan leer y escribir, asimismo que acepten formar parte de la investigación.

Dentro de los criterios de exclusión, considerados fueron; ser participantes que no acepten formar parte de nuestra investigación, trabajadores que no se dediquen al servicio y la venta de comercio, ser trabajadores que no sepan leer ni escribir y que tengan menos de 18 años de edad.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para la presente investigación se usaron las técnicas de análisis cuantitativo, dado que son aquellas en las que basan en datos estadísticos, las cuales sirven para describir, graficar y analizar los datos obtenidos en los instrumentos cuantitativos (Vara, 2010). En lo cual se usará, para validar la Test de Actitud Emprendedora de Krauss (2007), adaptada en Uruguay.

En la investigación se utilizó la prueba adaptada por Krauss en Uruguay, la cual contiene 30 ítems, evaluados por medio de la escala de Likert del 1 al 6 donde: 1 es total desacuerdo, 2 es bastante en desacuerdo, 3 es parcialmente en acuerdo, 4 parcialmente en acuerdo, 5 bastante de acuerdo y 6 es totalmente de acuerdo. Así mismo la prueba se divide en cuatro factores: Autoestima, relacionada con los negocios, como confianza y sentimiento de competencia para llevar a cabo el negocio; Asunción de riesgo en los negocios reconociendo que todo emprendimiento lleva asociado un riesgo, ya sea financiero, social por perder el prestigio o el estatus, o psicológico si en caso se fracasara, situación que también afecta a la familia y otros ámbitos; Necesidad de logro, referida a resultados específicos con la creación y desarrollo de

nuevos emprendimientos; y Control percibido interno, como forma de influir en los resultados empresariales.. Dicha escala puede ser administrada a jóvenes universitarios, el tiempo de aplicación es de aproximadamente de 15 minutos.

Según Morales (citado en Krauss, 2007, p. 165) el instrumento puede reflejar las diferentes dimensiones que se identifican a través del análisis factorial. Se considera que existe unidimensionalidad cuando la varianza explicada por el primer factor es muy superior a la explicada por el segundo, y así sucesivamente. En este caso se vio que existía multidimensionalidad.

Se puede decir que la consistencia interna de los ítems de la escala fue la evidencia práctica de la unidimensionalidad (expresión clara de un rasgo). Muestra el grado de relación que existe entre los ítems de la escala. Se halló la validez a través del análisis de la estructura interna. En donde, al analizar el alfa de Cronbach, su valor fue de 0,8232.

2.5. Procedimiento

En la investigación se analizó la población bajo la problemática estudiada. Asimismo, se seleccionó el instrumento denominado Test de Actitud Emprendedora de Krauss (2007) haciendo un análisis de la realidad problemática del nivel de emprendimiento en los trabajadores de Chimbote y del sustento teórico de la Actitud, comparando la efectividad del instrumento en otras poblaciones, y obteniendo un nivel de validez y confiabilidad adecuada. Posteriormente, se aplicó el instrumento a una prueba piloto con la finalidad de comprobar su efectividad para poder ser aplicada en la muestra planeada.

Asimismo, se solicitó la participación de los trabajadores, para realizar la entrega de consentimientos informados y la aplicación del Test de Actitud Emprendedora, considerando los criterios de inclusión y de exclusión de la investigación, dándoles también a conocer que el instrumento es aplicado de manera voluntaria, sin coacción alguna.

Los instrumentos aceptados para el procesamiento de datos de la investigación son solo aquellos que cuenten con todos los reactivos resueltos, pues los que no lo estén serán separados y no serán considerados en el procesamiento de datos estadísticos.

Teniendo ya todas las encuestas, se realizó el vaciado de datos para obtener las tablas de frecuencias y finalmente se obtuvo el nivel de confiabilidad y validez del Test de Actitud Emprendedora.

2.6. Método de análisis de datos

Para la presente investigación, se realizó el estudio de los datos, con la finalidad de evaluar la estructura factorial y la consistencia interna del Test de Actitud Emprendedora para ser evidenciados en tablas a través del formato de la normativa APA.

El análisis de los datos se inició con el análisis del promedio, desviación estándar, los índices de asimetría y curtosis de todos los ítems, así como la correlación ítem-test e ítem-factor corregida, se obtuvo presencia de normalidad univariada que dispuso el método de Máxima verosimilitud el cual se trabajó en el software estadístico el Amos V26 (Medrano y Núñez, 2017).

Siendo los ítems con respuesta de escala tipo Likert (variables ordinales) entonces se procedió aplicar el Análisis Factorial Confirmatorio con ayuda del método de Máxima Verosimilitud para verificar si la matriz de datos se ajusta a la matriz teórica (Escobedo et. al., 2016) que evaluaron el ajuste del constructo a la realidad investigada, se obtuvo los índices de ajuste, $AGFI > .90$, $\chi^2/(gl) < .5$ y $RMSEA \leq .08$ (Escobedo et. al. 2016), $CFI > .90$ y $TLI > .90$ (Bentler, 1990). Además, se calculó a través del software estadístico r el coeficiente de fiabilidad Omega (Ventura y Caycho, 2017), para estimar de forma puntual e interválica, al 95% de confianza la consistencia interna del instrumento, considerando valores mayores a .70 como aceptables (Campo y Oviedo, 2008).

2.7. Aspectos éticos

La presente investigación se ajustó al artículo 53° al 58° del título X del Código de Ética Profesional del Psicólogo Peruano que regula las actividades de investigación. Por otro lado, se presentó permiso de manera formal a través de un documento de consentimiento.

Se procedió a explicar a cada uno de los participantes que es algo voluntario, y para ello firmaron un consentimiento informado, así como se reservó sus datos. En el instante de la aplicación de las pruebas cualquier duda que tuvieron fue resuelta, asimismo se sostuvo dicho permiso de proteger la privacidad de los participantes, como el de la confidencialidad, es decir mantener reservada la información obtenida, con el fin de salvaguardar la integridad de la población que se investigó.

Asimismo, se determinó que la investigación no implica desembolso alguno por parte de los partícipes, que su fin ha sido de nivel académico y que el producto obtenido fue netamente utilizado para ese propósito.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis Descriptivo de los ítems.

Tabla 1 *Media, Desviación estándar, Asimetría y Curtosis e Índices de correlación R Corregido del test de actitud emprendedora*

Factor	Ítems	Media	DE	Asimetría	Curtosis	Correlación ítem-factor	Correlación ítem-total
Autoestima	1	4,96	1,371	-1,385	1,213	,307	,550
	3	4,52	1,448	-,812	-,224	,340	,521
	6	3,67	1,558	-,140	-1,010	,496	,405
	8	3,32	1,666	,041	-1,244	,479	,358
	10	3,44	1,703	,019	-1,274	,548	,366
	11	2,80	1,844	,573	-1,226	,522	,309
	12	3,35	1,661	,142	-1,132	,313	,306
	13	2,60	1,804	,740	-1,004	,521	,387
Asunción de riesgo	27	3,57	1,715	-,120	-1,280	,419	,303
	14	4,03	1,742	-,422	-1,161	,306	,315
	18	4,57	1,243	-,866	,470	,503	,512
	23	4,79	1,303	-1,045	,561	,525	,524
	28	4,94	1,227	-1,365	1,430	,529	,632
	29	4,91	1,310	-1,368	1,339	,620	,605
Necesidad de logro	30	4,30	1,544	-,705	-,481	,398	,383
	16	5,16	1,156	-1,836	3,317	,645	,645
	17	4,56	1,322	-,745	-,085	,488	,469
	20	4,66	1,221	-1,039	,854	,484	,501
	21	4,58	1,297	-1,031	,708	,507	,515
	25	5,30	1,104	-2,009	4,047	,672	,606
	26	5,13	1,138	-1,722	3,026	,638	,624
	15	5,02	1,341	-1,429	1,239	,585	,603
Control percibido interno	19	4,86	1,203	-1,208	1,221	,566	,546
	24	5,35	1,018	-2,029	4,519	,646	,611
	2	5,00	1,159	-1,667	2,975	,659	,621
	4	4,99	1,163	-1,423	1,916	,620	,599
	5	5,10	1,135	-1,694	2,901	,701	,639
	9	4,44	1,334	-,725	-,154	,433	,499
	7	5,29	1,140	-2,036	4,026	,723	,648
	22	5,08	1,156	-1,441	1,808	,572	,585

Nota: DE=Desviación Estándar

En la tabla 1, el promedio de los ítems varían entre 2,60 y 5,30; el grado de dispersión de los puntajes en los ítems con respecto al promedio esta entre 1,018 y 1,844; el 80% de los ítems presentan valores de asimetría entre -1,5 y 1,5, y por último se observa que la correlación ítem-test e ítem factor varían entre ,306 y ,701; por lo que el nivel de discriminación de todos los ítems es aceptable (\geq ,20).

Tabla 2 *Índices de Ajuste del test de actitud emprendedora*

	Índices de Ajuste Absoluto			Índices de Ajuste Comparativo	
	$\chi^2 / (gl)$	AGFI	RMSEA (IC 90%)	CFI	TLI
Modelo	756,5 (399)	,924	,049 (.043 - ,054)	,912	,932

Nota: $\chi^2 / (gl)$ = Chi cuadrado sobre grados de libertad, AGFI= Índice de bondad de ajuste corregido, RMSEA= error de aproximación cuadrático medio, TLI=Tucker-Lewis coefficient (coeficiente de Tucker y Lewis), CFI=Comparative Fit Index (índice de ajuste comparativo).

Descripción:

En la tabla 2 se muestra el Análisis Factorial Confirmatorio con ayuda del método de Máxima Verosimilitud para verificar si la matriz de datos se ajusta a la matriz teórica (Escobedo et. al., 2016) que evaluaron el ajuste del constructo a la realidad investigada, se obtuvo los índices de ajuste, $AGFI > .90$, $\chi^2 / (gl) < ,5$ y $RMSEA \leq ,08$ (Escobedo et. al. 2016), $CFI > ,90$ y $TLI > ,90$ (Bentler, 1990). Además, se calculó a través del software estadístico r el coeficiente de fiabilidad Omega (Ventura y Caycho, 2017), para estimar de forma puntual e interválica, al 95% de confianza la consistencia interna del instrumento, considerando valores mayores a .70 como aceptables (Campo y Oviedo, 2008).

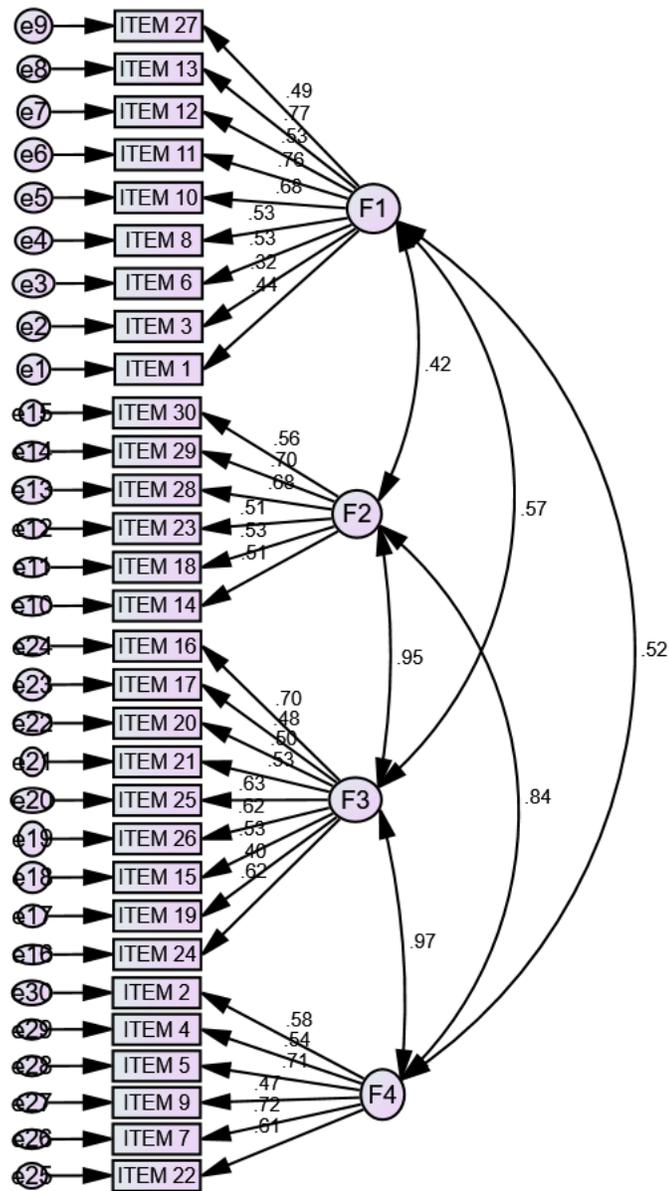


Figura 1 Estructura factorial del test de actitud emprendedora con Amos V26

Tabla 3 *Estadísticos de Fiabilidad de Consistencia Interna del test de actitud emprendedora*

Escala/dimensiones	Asimetría	Curtosis	N° ítems	ω	IC (95%)	
					Lim. Inf.	Lim. Sup.
Autoestima	,040	-,657	9	,767	,729	,811
Asunción de riesgo	-1,160	1,397	6	,730	,666	,781
Necesidad de logro	-2,121	4,857	9	,852	,800	,887
Control percibido interno	-2,098	4,762	6	,838	,782	,875
Actitud emprendedora	-1,864	4,239	30	,900	,868	,925

Nota: ω =coeficiente Omega; IC=Intervalos de Confianza; Lim. Inf.=Límite Inferior; Lim. Sup.= Límite Superior.

Descripción:

En la tabla 3, se toma como referencia las cargas factoriales de la figura 1, ya que son diferentes entre ellas por lo que se incumple el principio de Tau equivalencia (McDonald, 1999), además los coeficientes de asimetría de la mayoría de los ítems están entre -1,5 y 1,5, por lo que se calculó el coeficiente de confiabilidad Omega siendo este resultado de ,900 para el test de actitud emprendedora, y cuyo intervalo confidencial al 95% de confianza esta entre ,868 y ,925; que indica un coeficiente de fiabilidad aceptable.

IV. DISCUSIÓN

El estudio se desarrollado dentro de un contexto internacional donde 1 de cada 4 habitantes de 15 a 29 años de América Latina manifiestan una actitud positiva hacia el emprendimiento (International Center por Entrepreneurs, 2018), asimismo en el plano nacional, el Perú se posiciona dentro de las 4 naciones con mayor disposición emprendedora como rasgo presente en personas de 18 a 64 años (GEM, 2017), y a nivel local se destaca que la población mantiene una tendencia hacia el desempeño del comercio en cuanto a la producción y el servicio (INEI, 2017), ello propicia plantear herramientas para cuantificar la actitud emprendedora, es entonces, que entre los diversos instrumento el Test de Actitud Emprendedora (Krauss, 2007), perfila una herramienta viable para su uso, que responde al previo reporte de las propiedades de validez y confiabilidad, que aseguraron una práctica de evaluación efectiva.

De esta forma, se determinó las evidencias psicométricas del test de Actitud Emprendedora en una muestra no aleatoria de 378 trabajadores de las áreas de servicio y venta comercial de Chimbote, 2019, tamaño muestral que permite una generalización de resultados con una confianza del 95%.

Asimismo, se determinó la primera evidencia de validez, la cual se basó en la estructura interna, que se dispuso por los supuestos empíricos-científicos y el uso del análisis factorial de corte confirmatorio; ante esta consideración, se sometió la base de datos al método de máxima verosimilitud, frente al cumplimiento de puntuaciones que mantiene una distribución de carácter normal según la asimetría y curtosis (Medrano y Núñez, 2017; Lloret, Ferreres, Hernández y Tomás, 2014), se evidencia dos grupos de índices de ajuste, el absoluto, que explica el grado de representación de la actitud emprendedora mediante los 30 reactivos, obtiene un $\chi^2 / (gl) = 1.89$ ello refiere que los ítems tienen un buen ajuste al fundamento global del constructo, asimismo el AGFI=.924 refiere que los reactivos logran ostentar un buen ajuste a las variables latentes, junto al RMSEA=.049, asevera un buen error en el ajuste, que se encuentra dentro de los medidas esperadas, para el segundo grupo denominado ajuste comparativo, se aprecia un CFI=.91 y un TLI=.93, valores que destacan un grado de buen ajuste entre la matriz subyacente a la teoría con la matriz muestral, referida a los datos (Escobedo, Hernández, Estebane y Martínez, 2016), en consecuencia, la estructura factorial, logra poner en evidencia que los ítems de cada dimensión

tienen correspondencia óptima ($>.30$) con el constructo teórico (Fernandez, 2015), al mismo tiempo las covarianzas alcanzan un grado fuerte ($>.30$), lo cual avala la relación entre constructos latentes (Roth, 2012).

Entonces, el test de actitud emprendedora presenta un buen ajuste, como atributo a la validez de la estructura interna, de tal manera, que ostenta ítems que concuerdan con el fundamento teórico y al mismo tiempo se adaptan a los patrones de la muestra, donde cada variable observada logra representar la construcción teórica de afinidad al constructo supuesto, lo cual confirma el modelo, prevaleciendo así su idoneidad para la medición (Gaskin, 2012). Dicho sustento científico y teórico se logra reafirmar a partir de su similitud con los trabajos previos, tal es el caso de Robinson (1991), que obtuvo la validez mediante el AFC, el cual reportó que la estructura obtenida en la exploración factorial, se ajusta a los postulados teóricos, los cuales permiten una caracterización funcional de la actitud emprendedora a estudiantes universitarios, lo mismo sucede en el estudio de Ortiz (2019), en alumnos de 17 a 36 años de edad, muestra donde se corrobora mediante los índices de ajuste satisfactorios, la idoneidad del test, asimismo, Chumpitazi (2017) también logró poner en evidencia el ajuste del test en universitarios de Chimbote, lo mencionado perfilar las bondades del test para la continua metodología de estudio (Pérez, et al., 2013).

Lo expuesto permite la realización del análisis desde la perspectiva psicológica, que resalta al test de actitud emprendedora, como un instrumento acorde a los patrones cognitivos de los trabajadores de Chimbote, por presentar una adaptación funcional a la conducta y en la emoción de la muestra, de tal manera existe la presencia de una correspondencia del test al rasgo individual de interés (Alarcón, 2013).

Al proseguir, se determinó la evidencia de confiabilidad, que comprendió analizar las puntuaciones de los sujetos mediante el método de consistencia interna, en ese sentido, se obtuvo el valor del coeficiente omega, el cual dispone una estimación precisa, objetiva y en concordancia a la muestra (Ventura y Caycho, 2017), para Autoestima=.76, Asunción de riesgo=.73, Necesidad de logro=.85, Control percibido interno=.83, cuya valoración es aceptable (Campo y Oviedo, 2008), atributo que prevalece para la población, acorde a los intervalos de

confianza reportados, que avalan la fiabilidad del test (Ventura, 2018). Siendo estos resultados considerados como aceptables, para la precisión en la medición del constructo actitud emprendedora, lo cual se expone en los valores de la dimensionalidad, de esta manera y se expone como el test ostenta una confiabilidad propicia para la medición de la variable en la muestra de trabajadores (Elosua y Bully, 2012).

De igual forma, los antecedentes revisados exponen que los investigadores Robinson (1991), Ortiz (2019), y Chumpitazi (2017) logran también reportar un nivel de confiabilidad desde aceptable hasta elevado, lo cual afirma las bases de precisión del test para predecir la actitud emprendedora, es así que el instrumento es fiable para un uso práctico en contextos de previo estudio (Campo y Oviedo, 2008).

Dentro del análisis desde la visión psicológica, destaca la homogeneidad del test para caracterizar los patrones de comportamiento de la actitud emprendedora en un periodo comprendido por 3 años como extensión máxima, por tanto, es un test que su construcción tuvo en consideración la caracterizar de los reactivos a partir de los rasgos de personalidad emprendedora presenten en el ser humano, lo cual hace que sea confiable (Alarcón, 2013).

Finalmente, ante las evidencias, el estudio permite el uso postrero del test en la medición psicológica, dentro del amplio entorno de estudio, al mismo tiempo compete un sustancial aporte a la metodología de línea psicométrica en el cumplimiento del proceso estadístico vigente, y por último en lo teórico, perfila una revisión de referencia, que resalta el impacto de la tesis.

V. CONCLUSIONES

Se determinó las evidencias psicométricas del test de Actitud Emprendedora en una muestra no aleatoria de 378 trabajadores de las áreas de servicio y venta comercial de Chimbote, que aporta en los ejes de metodología, asimismo la teoría y de forma resaltante la práctica.

Se determinó la validez mediante el análisis factorial de corte confirmatorio, que reporta índices de ajuste $\chi^2/(gl)=1.89$, AGFI=.924, RMSEA=.049, CFI=.91, TLI =.93, que refiere un buen ajuste entre la teoría y las cargas factoriales de .32 a .77, de aprecio optimo, y covarianzas de 42 a .97 de grado fuerte.

Se determinó la evidencia de confiabilidad, por consistencia interna donde se obtuvo el coeficiente omega, para Autoestima=.76, Asunción de riesgo=.73, Necesidad de logro=.85, Control percibido interno=.83, de valoración es aceptable.

VI. RECOMENDACIONES

Continuar con la ampliación de la validez, por métodos complementarios, como la fuente basada en relación con otros constructos, con análisis sustentados en las técnicas convérgete y/o divergente.

Corroborar la precisión del test con métodos alternativos de fiabilidad, como comprende el test-retest, el cual tiene impacto sustancial en la demostración de confiabilidad en la medición.

Comprobar el modelo bifactorial, acorde a valores en cargas y covarianzas de grado satisfactorio, de tal manera que se logre verificar la idoneidad de contar con una puntuación total para la actitud emprendedora.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1982). Consistency In Social Behavior The Ontario Symposium. [Consistencia en el Comportamiento Social El Simposio Ontario]. (Vol. 2). Hillsdale, Nueva Jersey: Erlbaum. Recuperado de: <https://people.umass.edu/aizen/beh-att.html>
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In Handbook of Social Psychology. EE.UU: Clark University Press. Recuperado de: <https://psycnet.apa.org/record/1935-19907-010>
- Alarcón, R. (2013). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. (2^{da} ed.). Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Ato, M., López, J. y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*. Recuperado de <http://scielo.isciii.es/pdf/ap/v29n3/metolologia.pdf>
- Basu, A. and Virick, M. (2014). Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students: A Comparative Study. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Anuradha_Basu/publication/255583956_Assessing_Entrepreneurial_Intentions_Amongst_Students_A_Comparative_Study/links/5411ffb10cf2fa878ad394f0.pdf
- Campo, A. y Oviedo, H. (2008). Propiedades Psicométricas de una Escala: la Consistencia Interna. *Revista de Salud Pública*, 10(5), 831-839. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/422/42210515.pdf>
- Castiblanco, S. (2013) La construcción de la categoría de Emprendimiento Femenino. Bogotá. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/909/90930501005.pdf>
- Chumpitazi, T (2017). Propiedades psicométricas de la escala de Actitud emprendedora en jóvenes universitarios de Chimbote. Chimbote. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.Wpe/bitstream/handle/UCV/10283/chumpitazi_ot.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Código de los Niños y Adolescentes (2000). *Ley N° 27337*. Lima. Recuperado de: https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgfc/diff/normatividad_nacional_general/4_Codigo_de_los_Ni%C3%B1osyAdolescentes.pdf
- Contreras, F., Espinosa, J., Soria, K., Portalanza, A., Jauregui, K. y Omana, J. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. Medelli. Recuperado

- de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-20842017000200046
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 7. Revista Internacional. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/toc/tepn20/current>
- Escobedo, M. Hernández, J. Estebane, V. & Martínez, G. (2016). Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Ciencia & Trabajo*, 18(55), 16-22. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cyt/v18n55/art04.pdf>
- Elosua, P. & Bully, G. (2012). *Prácticas de Psicometría: Manual de Procedimiento* (1^{ra} ed.). Vasco: Universidad de Vasco.
- Etzioni, A. (1987). Entrepreneurship, adaptation and legitimation: A macro-behavioral perspective. *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 8. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0167268187900023>
- Fernández, J., Liñán, F., & Santos, F. J. (2009). Cognitive Aspects of Potential Entrepreneurs in Southern and Northern Europe: An Analysis Using Gem-Data. *Revista de Economía Mundial*. Vol. 23. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/16460>
- Fernández, J. & Liñán, F. (2014) Culture and Entrepreneurship: The Case of Latin America. *Revista Innovar Journal: España*. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/66963/1/47616-231298-1-SM.pdf>
- Fernández, A. (2015). Aplicación del análisis factorial confirmatorio a un modelo de medición del rendimiento académico en lectura. *Ciencias Económicas*, 33(2), 39-66. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/22216/23751>
- Finney, S. & DiStefano, C. (2006). *Non-normal and categorical data in structural equation modeling*. Greenwich: Information Age.
- Fishbein, M., y Ajzen, I.(1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Gaskin, J. (2012). *Validity Master, stats tools package*. Provo: Brigham Young University.

- Global Entrepreneurship Monitor (2017) Perú 2016-2017. Universidad ESAN: Lima. (1° Ed.) (p.48.) Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2017/10/12/GEM%202016-2017%20VF.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor (2018) Global Report 2018/2019. Gráfica Andes: Chile (P. 22). Recuperado de: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- Global Innovation Index (2019). Energizing the World with Innovation. Report Perú 2018 - Knowledge & technology outputs. Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization: EE.UU. (11° Edi.). Recuperado: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report#>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hofstede, G. (2003). Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations (2nd ed.). Newbury Park: Sage Publications.
- Ibáñez, A. (2001). Actitudes Emprendedoras de los Estudiantes Universitarios de la CAPV. San Sebastián. Tesis Doctoral de la Universidad de Deusto.
- Ibáñez, A. (2002). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: medición y propuestas de actuación. Bilbao: Ediciones Mensajero. Recuperado de: <https://asunibanez.files.wordpress.com/2018/07/ibc3a1c3b1eza-2002-actitudes-emprendedoras-de-los-estudiantes-universitarios-meditic3b3n-y-propuestas-de-actuac3b3n-ediciones-mensajero-bilbao-isbn-84-271-2489-9.pdf>
- Ibáñez, A. & Zabala, M. (2018). Competencia emprendedora: la experiencia de iNNoVaNDiS. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 12(1). Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v12n2/a07v12n2.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Indicadores de empleo e ingreso por departamento. Lima.
- Krauss, C. (2011). Entrepreneurial Attitude of college students: The case of Universidad Católica del Uruguay. [Traducida al Español. Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay].

- Dialnet.com. (Vol.9). (Nº 1). (P. 1-13). Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3797740.pdf>
- Krauss, C. (2007). Las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay. Tesis Doctoral. Universidad de Deusto (Nº 1). Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/229050299_LAS_ACTITUDES_EMPRENDADORAS_EN_LOS_ESTUDIANTES_DE_LA_UNIVERSIDAD_CATOLICA_DE_L_URUGUAY
- Krauss, C. (2011). Las actitudes emprendedor de los estudiantes universitarios “El caso de la universidad Católica del Uruguay”. (1ª ed.). España: Editorial Académica Española
- Lara, A. (2014). Introducción a las ecuaciones estructurales en AMOS y R. Recuperado de:
[http://masteres.ugr.es/moea/pages/curso201314/tfm1314/tfm-septiembre1314/memoriamastrerlahormigoantonio/!](http://masteres.ugr.es/moea/pages/curso201314/tfm1314/tfm-septiembre1314/memoriamastrerlahormigoantonio/)
- Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A. & Tomás, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/167/16731690031.pdf>
- Martínez, C. (2012). Estadística y Muestreo. ECOE Ediciones: Bogota. Recuperado de:
https://eodelgadorcursos.files.wordpress.com/2019/02/book_estadistica-y-muestreo-13va-edicion-ciro-martinez-bencardino.pdf
- McDonald, R. (1999). Test Theory: A United Treatment. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McClelland, D. (1961). The Achieving Society. Princeton, NJ: Van Nostrand. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1037/14359-000>
- Medrano, L. & Núñez, R. (2017). Aproximación conceptual y práctica a los modelos de ecuaciones estructurales. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 11(1), 1-21. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v11n1/a15v11n1.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2014). *Derechos Laborales De Los Trabajadores*. Lima. Recuperado de:
https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_informacion_laboral.pdf
- Muñiz, J., Elosua, P. y Hambleton, R (2013). Directrices para la traducción y adaptación de los tests. (2ª ed.). Recuperado de: www.psicothema.com.pe

- Naia, A., Baptista, R., Biscaia, R., Januário, C. y Trigo, V. (2017). Entrepreneurial intentions of Sport Sciences students And Theory of Planned Behavior. China. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1980-65742017000100014 &script=sci_arttext
- Ortiz, S. (2019). Propiedades psicométricas de la Escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2018. Lima. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29824/Ortiz_RSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Padilla, M., Lascano, L., Jiménez, W. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. Recuperado de: <https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/download/1376/1381>
- Parales, C. y Vizcaíno, M. (2007). Las Relaciones Entre Actitudes Y Representaciones Sociales: Elementos Para Una Integración Conceptual. Revista Latinoamericana de Psicología. (Vol. 39). (Nº2). Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlps/v39n2/v39n2a10.pdf>
- Pérez, E., Medrano, L. & Sánchez, J. (2013). El Path Analysis: conceptos básicos y ejemplos de aplicación. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 5(1), 52-66. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3334/333427385008.pdf>
- Portilla, H. (2010). Monografía de Emprendimiento basada en la Obra de Joseph Alois Schumpeter y David C. McClelland. Bogotá. Recuperado de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3157/T11.10%20P836m.pdf?sequence=1>
- Raposo, M. y Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. España. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/727/72718925018.pdf>
- Robinson, P. (1987). Prediction of entrepreneurship based on an attitude consistency model. [Predicción del emprendimiento basado en un modelo de coherencia de actitud]. Tesis doctoral. Provo. Utah: University of Brigham Young.
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J. & Hunt, K. (1991), An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. [Una aproximación a la actitud Predicción de Emprendimiento]. (1º.ed.). EE.UU: Baylor University. Recuperado de:

https://www.academia.edu/17429826/An_Attitude_Approach_to_the_Prediction_of_Entrepreneurship

- Roth, E. (2012). *Análisis multivariado en la investigación psicológica*. La Paz: SOIPA Ltda.
- Rueda, I. Fernandez, A. & Herrero, A. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales* (Vol. 26). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4459810.pdf>
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. [La Teoría del desarrollo económico]. New Brunswick: Transaction Publishers. Recuperado de: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=58275>
- Suárez, R.(2011). *Mujeres empresarias en Colombia: Hacia la autonomía económica y la construcción del cuidado*. Bogotá. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/45613/1/489147.%202011.pdf>
- Vara, A. (2010). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad San Martín de Porres. Recuperado de: <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TEISIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Ventura, J. (2018). Intervalos de confianza para coeficiente Omega: Propuesta para el cálculo. *Adicciones*, 30(1), 77-78.
- Ventura, J. & Caycho, T. (2017). El coeficiente omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *Revista Latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud*, 25(1), 625-627. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/773/77349627039.pdf>

ANEXOS

Anexo 01

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Propósito

La Universidad César Vallejo y la Escuela de Psicología hacen estudios sobre las propiedades psicométricas del Test de ACTITUD EMPRENDEDORA en una Muestra de Universitarios de Chimbote y Nuevo Chimbote. Esta investigación se realiza debido a que servirá para obtener mayor información sobre la variable Actitud Emprendedora en una Muestra de Universitarios de Chimbote y Nuevo Chimbote, también por medio de este estudio se podrá obtener un instrumento validado y confiable directamente a la población de Nuevo Chimbote.

Participación

Determinar las propiedades psicométricas del Test de ACTITUD EMPRENDEDORA de Nuevo Chimbote.

Riesgos del estudio

Este estudio no representa ningún riesgo para el estudiante universitario. Para su participación sólo es necesaria su autorización para aplicar el Test.

Costo de la participación

La participación en el estudio no tiene ningún costo para usted.

Confidencialidad

Toda la información obtenida en el estudio es completamente confidencial, puesto que las investigadores son los únicos que conocerán los resultados y la información.

Donde conseguir información

Para cualquier consulta, queja o comentario favor comunicarse con la Dirección de Psicología 043-483030 anexo 4332 y con las investigadoras (Alexandra Azañero Rodríguez y Elsie Navarro Chávez), donde serán atendidos con mucho gusto y respeto.

Declaración voluntaria

Yo he sido informado(a) del objetivo del estudio, riesgos y la confidencialidad de la información obtenida. Entiendo que la participación del estudio es gratuita. Estoy enterado(a) también que puedo de participar o no continuar en el estudio en el momento en el que lo considere necesario, o por alguna razón específica.

Por lo expuesto acepto voluntariamente participar en la investigación de:

Propiedades psicométricas del Test de Actitud Emprendedora en una Muestra de Universitarios de Chimbote, 2019.

Firma..... Fecha.....

Anexo 02

TEST DE ACTITUD EMPRENDEDORA

(Adaptación Uruguay por Catherine Krauss, 2007)

INSTRUCCIONES: A continuación, leerás una serie de reactivos en los que se exponen hechos y circunstancias comunes. Por favor indica con una “X” que tanto coincides con lo que se afirma en cada uno de ellos.

Valore del 1 al 6, según su acuerdo con las afirmaciones formuladas

1 = Total desacuerdo (TD)

2 = Bastante en desacuerdo (BD)

3 = Parcialmente en desacuerdo (PD)

4 = Parcialmente en acuerdo (PA)

5 = Bastante de acuerdo (BA)

6 = Total acuerdo (TA)

	TD	BD	PD	PA	BA	TA
1. Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.						
2. Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.						
3. Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes						
4. Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.						
5. Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.						
6. Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.						
7. Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.						
8. Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.						
9. Realizo cada trabajo tan exhaustivamente cómo es posible.						

10. Las horas regulares de trabajo y las vacaciones son más importantes para mi que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto.						
11. No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.						
12. Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.						
13. Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.						
14. No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.						
15. Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente.						
16. Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.						
17. Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales.						
18. Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos.						
19. Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema.						
20. A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.						
21. Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.						
22. Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.						
23. Tengo mucha necesidad de nuevas aventuras.						
24. Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.						
25. Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor.						
26. Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.						
27. Por lo general evito asumir riesgos.						
28. Normalmente busco compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas.						
29. Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales.						

Anexo 03

FICHA TÉCNICA

Nombre: Escala de Actitud Emprendedora

Autor: Catherine Krauss

Procedencia: Entrepreneurial Attitude Orientation Scale de Robinson (1987) investigador de EE.UU, traducido y adaptado en España por Ibañez (2001), reformulado en Uruguay por Catherinee Krauss (2007) y aplicada a Perú por Chumpitazi (2017) y Ortiz (2019).

Significación: Instrumento psicométrico eficaz para identificar el nivel de Actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública de Lima.

Aspectos que evalúa: Aspecto de autoestima relacionada a la actitud, aspecto de la necesidad asociado al emprendimiento, aspecto de satisfacción personal referido al emprendimiento.

Administración: Individual y colectiva.

Aplicación: Jóvenes Adolescentes a partir de 15 años de edad.

Duración: De 10 a 15 minutos.

Tipo de ítem: Enunciados con alternativas tipo escala Likert

- 1 = Total desacuerdo (TD)
- 2 = Bastante en desacuerdo (BD)
- 3 = Parcialmente en desacuerdo (PD)
- 4 = Parcialmente en acuerdo (PA)
- 5 = Bastante de acuerdo (BA)
- 6 = Total acuerdo (TA)

Ámbito: Educativo, Organizacional e investigación.

Dimensiones:

- Dimensión Autoestima: Ítem 1,3,6,8,10,11,12,13,27.
- Dimensión Asunción de Riesgo: Ítem 14,18,23,28,29,30.
- Dimensión Necesidad del Logro: Ítem 15,16,17,19,20,21,24,25,26.
- Dimensión Control Percibido Interno: Ítem 2,4,5,7,9,22.

Criterios de Calidad: Validez y Confiabilidad.

Anexo 04

Prueba de Piloto

Prueba de Piloto		
	Cantidad	δ
Actitud emprendedora	20	0.812972