



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

“Construcción y evidencia de los procesos psicométricos de una  
escala para medir la actitud emprendedora frente al confinamiento  
social en universitarios de la ciudad de Piura, 2020”

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

**AUTORES:**

Saavedra Timaná, Augusto Miller (ORCID: 0000-0003-0502-0388)  
Sernaque Zapata, Lisbeth Geraldine (ORCID: 0000-0003-4898-243X)

**ASESOR:**

Dr. Oscar Manuel, Vela Miranda (ORCID: 0000-0001-8093-0117)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Psicometría

PIURA – PERÚ

2021

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios y a todas las personas importantes.

## **AGRADECIMIENTO**

Se agradece al docente por su constante asesoría durante la realización de la investigación.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Índice De Tablas .....	iii
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT .....	1
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	8
III. METODOLOGÍA .....	22
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	22
3.3. Población, muestra y muestreo .....	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.5. Procedimientos .....	26
3.6. Método de análisis de datos.....	26
3.7. Aspectos éticos .....	27
IV. RESULTADOS .....	29
V. DISCUSIÓN .....	42
VI. CONCLUSIONES .....	47
VII. RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS:.....	60

## Índice De Tablas

Tabla 1 Validez de contenido .....	29
Tabla 2 Validez de constructo .....	33
Tabla 3 Matriz de factor rotado .....	34
Tabla 4 Validez convergente .....	37
Tabla 5 Fiabilidad de Omega .....	39
Tabla 6 Normas percentilares .....	40

## RESUMEN

El mundo ha sufrido muchos cambios a lo largo del tiempo, y los seres humanos desde su existencia también. La presente investigación denominada, “Construcción y evidencia de los procesos psicométricos de una escala para medir la actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de la ciudad de Piura, 2020” busca determinar las evidencias de los procesos psicométricos de la escala de actitud emprendedora en tiempos de confinamiento social, debido a la crisis sanitaria a causa de la Covid-19. La investigación fue de tipo no experimental transversal descriptivo, con diseño instrumental; participaron un total de 380 estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, siendo evaluados a través de una encuesta virtual.

Aplicado el instrumento y siguiendo los diferentes procesos estadísticos se obtuvo como resultados un coeficiente de V. de Aiken entre .90 a 1.00 dentro de los criterios de claridad, coherencia y relevancia. Además, se determinó la validez de constructo con un puntaje de KMO de ,953. Por otro lado, se exploró la validez convergente obteniendo puntajes entre ,732 a ,957 lo que evidencia la existencia de una correlación significativa entre dimensiones y variable. También, se obtuvo una confiabilidad aceptable con un valor total de ,949. Finalmente, se obtuvo una baremación total dividida con los niveles bajo, promedio y alto.

**Palabras clave:** actitud emprendedora, optimismo, creatividad, autoestima y evidencia psicométrica.

## **ABSTRACT**

The world has undergone many changes over time, and so have human beings since their existence. The present research entitled, "Construction and evidence of the psychometric processes of a scale to measure the entrepreneurial attitude towards social confinement in university students of the city of Piura, 2020" seeks to determine the evidence of the psychometric processes of the entrepreneurial attitude scale in times of social confinement, due to the sanitary crisis caused by Covid-19. The research was of a descriptive transversal non-experimental type, with instrumental design; a total of 380 university students from the city of Piura participated, being evaluated through a virtual survey.

After applying the instrument and following the different statistical processes, the results obtained were an Aiken's V. coefficient between .90 and 1.00 within the criteria of clarity, coherence and relevance. In addition, construct validity was determined with a KMO score of .953. On the other hand, convergent validity was explored, obtaining scores between .732 and .957, which evidences the existence of a significant correlation between dimensions and variable. Also, an acceptable reliability was obtained with a total value of .949. Finally, a total rating was obtained, divided into low, average and high levels.

**Keywords:** entrepreneurial attitude, optimism, creativity, self-esteem and psychometric evidence.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Al transcurrir del tiempo el mundo ha sufrido muchos cambios, y el ser humano no es la excepción. Las diferencias políticas, los declives económicos, las crisis sanitarias, entre otras, son algunas de las situaciones que el ser humano ha tenido que presenciar y afrontar. Todos los problemas que han acontecido en los últimos tiempos han hecho surgir nuevas formas de pensar, sentir y vivir. Indudablemente, el pilar de todo cambio siempre ha sido el ser humano, debido a que posee esa característica innata de siempre adaptarse a un nuevo hábitat, y su comportamiento varía en función a su intención de mejorar aquellas condiciones de vida que le permitan existir en armonía. En la actualidad, ante la crisis sanitaria y el confinamiento social que se vive a nivel mundial, las personas no solo evidencian dificultades psicológicas, como ansiedad, estrés, depresión, duelo, etc., sino que enfrentan los efectos negativos que trae consigo el problema dentro de su estructura familiar, su espacio laboral y su entorno social. Sin embargo, el temor, la incertidumbre y el desasosiego han hecho que las personas tomen decisiones cruciales respecto a su vida, reinventándose, buscando alternativas de solución y emprendiendo cambios; haciendo de la crisis una oportunidad. (Dall'Oste, 2020)

Revisando la literatura sobre el emprendimiento, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) junto al Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el emprendimiento surge oportunamente para que los jóvenes busquen insertarse laboral y socialmente en un contexto donde prima la desigualdad y el desempleo. Es por ello, que según las cifras estadísticas



estiman que el desempleo de los jóvenes en América Latina y el Caribe se situó con un 15,7% en el 2015. Además, en cuanto al promedio del nivel de la acción emprendedora, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), establece que Ecuador estima el porcentaje más alto con un 33.6%, seguido de Chile con un 25.9%, asimismo, Colombia 22.7% y Perú con 22.2% casi con una mínima diferencia de Brasil con un 21%. (OIT & PNUD, 2016)

Asimismo, en México la población emprendedora alcanza el número de 5,883 personas, siendo adultos de 30 a 59 años 5,331 personas, y jóvenes de 18 a 29 años 522 personas, estos datos referidos en la encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) de dicho país. (Canales García et al., 2017). Por otro lado, en el Perú, tenemos que el 56% de la población considera que habrá oportunidad de emprender a partir de haber transcurrido 6 meses en tal área donde vive, mientras que el 30.2% consideran que el miedo a fracasar impide iniciar el emprendimiento. En cuanto a la edad, el 76.2% de emprendedores comprende entre 18 y 44 años de edad, y a nivel de género se aprecia la predominancia masculina con el 59.8%. Del mismo modo, en lo que se refiere a las motivaciones que conducen a emprender, se refleja que el 23.1% de los emprendimientos son motivados por necesidad, y el 53.1% son motivados por oportunidad. El nivel educativo de los emprendedores ubica con un 25.5% a los de “Educación superior universitaria” y de igual manera, con un mismo porcentaje considera a “Educación superior técnica”. (Serida, Alzamora, Guerrero, Borda, & Morales, 2020). De esta forma, según la Agencia Peruana de Noticias (ANDINA), a nivel mundial, Perú se muestra como el quinto país con una elevada cantidad de emprendimientos. (Tarqui, 2019)

Es importante saber que la generación de los millennials estaría mejorando la forma de emprender en el país, ya que son visionarios, ecológicos, tecnológicos, buscan desarrollar negocios rentables, son solidarios y anhelan cambiar la sociedad con una economía colaborativa. (Martinez, 2017).

Por otro lado, en el Perú a nivel tecnológico en el año 2013 se apreció que sólo el 13% de los emprendedores usan tecnología innovadora, mientras que el 72% utiliza procesos tecnológicos anticuados. (Rosell, 2016) El año 2012 la Fundación Romero presentó una convocatoria para un concurso de emprendimiento, donde participaron más de 3,000 mil jóvenes estudiantes de todo el Perú, desarrollando más de 6,000 mil planes de negocio. (Redacción PQS, 2016).

“Nuestro ecosistema para el emprendimiento y la innovación podría fomentar aún más el crecimiento de la productividad de nuestras empresas” (Consejo Nacional de Competitividad y Formalización, 2019, p.7). En conjunto con la nueva tecnología siendo factible un cambio digital, donde cada hogar esté conectado con los negocios y de esta manera, la economía del país sea menos vulnerable, de este modo, el gran reto es que la economía del país aumente y sea sostenible, y está a su vez genere empleos de calidad que logre un mayor nivel de ingresos y de bienestar en los peruanos, disminuyendo la pobreza y consolidando a la clase media, considerando además la situación del confinamiento a causa del covid-19 se visualiza que en un futuro la actitud emprendedora por los peruanos estaría en aumento a comparación de años atrás.

En lo que respecta a la forma de cómo se puede evaluar esta conducta emprendedora en épocas de crisis no se ha podido encontrar información, sin embargo, existen menciones antes de la pandemia del covid-19 de algunas escalas que miden actitud emprendedora, entre ellas está la Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes EASS la cual fue validada en España por Oliver y Galiana (2015). Por otro lado, a nivel nacional, Tenorio (2019) en la ciudad de Huaral denomina a su investigación “Propiedades psicométricas de la Escala de Actitud Emprendedora EAE”, así mismo, Chumpitazi (2017) indaga el tema de “Propiedades psicométricas de la escala de Actitud emprendedora en universitarios de Chimbote” en la que hace uso de la escala de Krauss del 2011 para adaptarla a la población seleccionada, un año después Ortiz usa la misma adaptación de Krauss, designando el título de su trabajo como “Propiedades psicométricas de la escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública, Lima 2018”; con los autores mencionados se demuestra la escasez de trabajos instrumentales referidos a la variable de estudio frente al confinamiento social en Piura, Perú; de tal modo, resulta imprescindible la creación de una escala para medir la actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de la ciudad de Piura, 2020; siendo relevante conocer el impacto que actualmente ha generado esta variable en el impulso económico de los estudiantes universitarios, siendo visto como gestor de una transformación positiva y persistente a sus capacidades y propuestas emprendedoras.

Posteriormente, ante la revisión de tan extensa información, y de haber resumido algunos datos estadísticos tanto internacionales como nacionales respecto a la actitud emprendedora, la interrogante formulada para direccionar

este proyecto de investigación, es ¿Cuáles son los procesos psicométricos de una escala para medir la actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de Piura, 2020?

Del mismo modo, este proyecto de investigación se justifica metodológicamente, pues se construirá una escala para medir la actitud emprendedora frente al confinamiento social; lo que permitirá evaluar y conocer diferentes cualidades, habilidades y formas de emprendimiento en los estudiantes universitarios de la ciudad de Piura dentro de un contexto agobiante y desolador como el que estamos viviendo actualmente.

Asimismo, se justifica teóricamente con el fin de elaborar los criterios lingüísticos, técnicos y los procesos psicométricos de una escala de actitud emprendedora, expresando los conocimientos que comprende la misma, y está a su vez sea base de estudio para futuras investigaciones a nivel académico, social y empresarial.

También, se justifica de manera práctica, debido a que, al momento de construir una escala de actitud emprendedora, se podrá contribuir de manera explícita al conocimiento de ciertas cualidades emprendedoras que poseen las personas ante acontecimientos abrumantes, devastadores y catastróficos para la sociedad. Además, la escala puede emplearse en centros educativos a nivel secundario y superior, en adultos que no cuenten con estudios, etc., accediendo con ello a desarrollar talleres, capacitaciones, negocios, teniendo como prioridad la capacidad de afrontamiento y actitud emprendedora de las personas ante diferentes crisis.

Finalmente, se justifica de manera social, por el motivo de que la escala será útil para visualizar y comprender el actuar actitudinal de esta población seleccionada en tiempos de crisis en base al emprendimiento, hecho que servirá como oportunidad de mejora en cuanto a la economía social y autorrealización de los mismos.

Ante la información expuesta anteriormente, la investigación pretende desarrollar como objetivo general:

- Determinar las evidencias de los procesos psicométricos de la escala de actitud emprendedora en tiempos de confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.

Asimismo, en los objetivos específicos se busca:

- Elaborar los criterios lingüísticos, técnicos y los procesos psicométricos de una escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020
- Desarrollar la tabla de especificaciones de la escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.
- Indagar la validez de contenido a través del método de criterio de expertos de la escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.
- Determinar la validez de constructo mediante el análisis factorial exploratorio, de la escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.

- Explorar la validez convergente dominio total a mediante el análisis factorial exploratorio, de la escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.
- Establecer la confiabilidad mediante el coeficiente omega de los procesos psicométricos de la escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.
- Elaborar los baremos percentilares totales y por dimensiones de la escala de actitud emprendedora ante el confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

En relación a los antecedentes de estudios previos tenemos que; Krauss, Bonomo y Volfovicz (2018) en su investigación titulada “Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica”, tuvo como objetivo explorar la intención emprendedora y los factores que inciden en la misma, para estudiantes universitarios de seis países latinoamericanos. El diseño del estudio se trabajó con un modelo de regresión ordinal logística con el fin de probar las hipótesis del modelo teórico de investigación y generar una ecuación matemática que permita cuantificar y predecir la intención emprendedora de un estudiante universitario utilizando como variables explicativas: el tipo de relación con la empresa familiar, la vinculación con la innovación, la motivación para emprender, la actitud emprendedora (entendida como búsqueda de placer y poder) y el PBI de cada país. En conclusión, se demuestra que la intención emprendedora de los estudiantes universitarios es mayor cuando aumentan los valores que integran los Factores resultantes del Análisis de Componentes Principales (Relacionamiento con la empresa, Innovación, Motivación, Actitudes Personales) y el estudiante pertenece a los países que integran la Región Norte (Ecuador, Colombia y México).

Bretones & Radrigán (2018) en su investigación “Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles”, tuvo como objetivo conocer aquellos antecedentes de la actitud emprendedora en dichos estudiantes universitarios. Este estudio transcultural conto con 499 universitarios, de los cuales estudiantes chilenos habían 226 y españoles 273, los cuales eran de tres ramas del conocimiento (empresas, tecnológicas y otras); como resultados obtenidos se encontró que en la muestra de España había más influencia por los factores sociales y familiares, mientras que, en la muestra de Chile, se prevalecía por factores relacionados al carácter individual. Finalmente, se concluyó que los perfiles actitudinales de emprendimiento son distintos por las diferencias culturales de ambos países.

Fontaines, Palomo y Velásquez (2015), plantearon en su artículo titulado “Resiliencia como componente de la actitud emprendedora en los jóvenes universitarios”, tuvo como objetivo determinar a la resiliencia como componente de la actitud emprendedora de los jóvenes estudiantes de la Universidad de Oriente Núcleo Monagas. El diseño fue no experimental, tipo de campo, con un nivel descriptivo. La población estuvo conformada por 1.072 jóvenes de los tres últimos semestres de las diferentes carreras, en el primer semestre de 2014. Para la recolección de datos se empleó un cuestionario tipo Likert. Con la investigación se pudo concluir que la resiliencia se establece como un factor fundamental para lograr las metas de emprendimiento, cuando está asociada con familias con negocios, pertenencia a organizaciones comunitarias, trabajo por cuenta propia, trabajo antes de culminar la carrera, está acompañada del perfil curricular de la profesión estudiada.

(Oliver y Galiana, 2015) en su trabajo de investigación titulado “Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes EASS”, plantearon como objetivo validar la Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes, EASS en dos muestras de estudiantes españoles de secundaria y universitarios, los datos proceden de una encuesta transversal a 524 estudiantes de bachillerato y pregrado de Valencia, España, en donde se realizaron dos análisis factoriales confirmatorios (AFC), junto con la evidencia de confiabilidad y validez de la escala, y en los resultados se evidencio las propiedades psicométricas adecuadas del EASS; los CFA mostraron índices de ajuste adecuados generales y analíticos ( $\chi^2(120) = 163,19$  ( $p < .01$ ),  $GFI = .906$ ,  $CFI = .959$ ,  $SRMR = .044$ ,  $RMSEA = .040$  [CI .022-.054]); asimismo, el índice de confiabilidad de las actitudes emprendedoras fueron apropiados para la mayoría de las actitudes emprendedoras ( $\alpha$  estuvo entre .63 y .87 para las diferentes dimensiones). De tal forma, la escala sea útil para un diagnóstico previo como para la evaluación de la efectividad de los programas de promoción del emprendimiento. La cual es denominada actualmente EAEE.

Tenorio (2019) en su investigación titulada “Propiedades psicométricas de la Escala de Actitud Emprendedora (EAE)” dirigida a estudiantes de institutos del



nivel superior tecnológicos privados de Huaral en el año 2019, tuvo como objetivo describir la situación sobre la actitud emprendedora en dichos estudiantes de Huaral. El diseño fue instrumental, tipo psicométrico; como muestra se contó con 1000 estudiantes pertenecientes a tres institutos, en cuanto a las edades de estos se situaban entre 17 a 30 años, los cuales fueron seleccionados con la realización de un muestreo probabilístico/ intencional. Finalmente, el estudio concluyó en que las propiedades psicométricas son pertinentes para la utilidad en tales estudiantes de Huaral.

(Ortiz, 2019) denominó su estudio “Propiedades psicométricas de la escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2018”, este tuvo como objetivo adaptar la escala de actitud emprendedora de Krauss del año 2011, de este modo, el tipo de estudio fue instrumental/psicométrico, se estableció una muestra de 842 estudiantes, entre varones y mujeres, los cuales pertenecían a una universidad pública de Lima, las edades de estos estudiantes se ubicaban entre los 17 a 36 años, los cuales fueron designados por un muestreo probabilístico tipo aleatorio, teniendo en cuenta solo el sexo y la edad. Se concluyó que el instrumento refleja propiedades psicométricas aptas para su utilidad en dicha población.

Chumpitazi (2017) en su estudio titulado “Propiedades psicométricas de la escala de actitud emprendedora en universitarios de la ciudad Chimbote” para esta investigación se contó con el instrumento de Krauss del 2011, en el cual se pretendió determinar las propiedades psicométricas de la escala en Chimbote, el diseño de este estudio fue instrumental, en la investigación se utilizó de un muestreo probabilístico estratificado. Como resultados se halló que los cuatro factores descritos muestran coeficientes de consistencia interna que oscilan entre de .57 a .88, por otro lado, en cuanto a la validez de la escala existen seis ítems que requieren de revisión y ubicándose una consistencia interna de 0,86.

En la presente investigación se destacan conceptos relacionados entre sí, por lo que en cuanto a las bases teóricas mencionaremos en primera instancia, las definiciones más relevantes sobre actitud; posteriormente, acerca de

emprendimiento y finalmente, conceptos relacionados a actitudes emprendedoras contextualizadas durante el confinamiento social.

Respecto a las bases teóricas de la investigación, se pueden articular diferentes definiciones; así como características, dimensiones y modelos teóricos que lo sustentan.

“La actitud se define como estado mental y neural de disposición para responder, organizado por la experiencia, directiva o dinámica, sobre la conducta respecto a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona”. Es decir, la actitud se muestra como el actuar generado cuando el sujeto percibe alguna situación y responde con una conducta aprendida, representado como un resultado del proceso cognitivo, comportamental y afectivo (Allport, 1935). Es decir, que la actitud se forma como un comportamiento generado cuando el sujeto percibe alguna situación y responde con una conducta aprendida, representado como un resultado del proceso cognitivo, comportamental y afectivo.

Para Doob (1947) citado por Laca (2005) en su definición conductista refiere que la actitud “representa una respuesta implícita la cual se compone de impulsos, y esta es significativa en la sociedad del sujeto”

Según Billig (1991) citado por Ruiz (2002) indica que la estructura de las actitudes no está completa al cien por ciento, debido a que la actitud evoluciona y cambia en contacto con los distintos entornos y situaciones sociales que vive el ser humano.

Por otro lado, Rokeach (1968) citado por Aigner (2008) señala que la actitud está conformada como una organización de creencias respecto a una situación u objeto que induce al sujeto a manifestarse en un determinado sentido”; de igual modo, Miguel (1991) menciona también que la actitud es una organización de creencias, pero agrega al concepto de Rokeach, la influencia de

los sentimientos y los valores, los cuales van a predisponer que el sujeto responda y se comporte de una manera determinada.

(María Ortego; Santiago López; María Alvarez , s.f) En su estudio acerca de las actitudes citan a diversos autores que plantean definiciones acerca de dicho concepto.

Fishbein y Ajzen (1975) refieren que es una tendencia asimilada a responder de una forma permanente favorable o desfavorablemente en relación al objeto dado. Liebert y Neale (1984) plantea que es una propensión relativamente perdurable hacia cualquier peculiaridad de un sujeto, lugar o cosa.

El término “actitud” así como posee innumerables definiciones por diferentes autores, también cumple una serie de funciones adaptativas que son indispensables y que son citadas por García (2014) en su trabajo de investigación “actitudes y comportamiento social”, describiendo cuatro funciones:

- En primer lugar, tenemos la función de organización del conocimiento o función cognoscitiva, que permite apreciar de manera coherente los diferentes estímulos que proceden de nuestro entorno, delimitando aquellos que percibimos de manera negativa o positiva; analizando que algunas apreciaciones pueden distorsionar y crear tensiones en nuestra cognición. Es por ello, que gracias a la función de control o estructuración, nuestras actitudes nos ayudarán a predecir qué sucederá ante situaciones novedosas o dificultosas.
- Otra función de las actitudes es la utilitaria o instrumental, la cual sirve de ayuda a los seres humanos para lograr aquellos objetivos que brinden beneficios o premios, y a evadir o impedir otros que sean indeseados. Por consiguiente, mencionamos que las actitudes positivas se asocian a estímulos esperados que brindan recompensas, mientras que las actitudes negativas que desarrollamos se dan porque apreciamos estímulos cuyas consecuencias son indeseables.

- Por otro lado, existe la función de expresión de valores, la cual está basada en la necesidad básica de aceptación y pertenencia grupal. Es decir, la expresión de opiniones sobre diferentes temas de la vida diaria hace que nuestro comportamiento sea similar al de otros grupos, con los cuales pueden compartirse pensamientos y emociones parecidas, permitiendo el conocimiento de nuestras propias actitudes y las de otros en base a experiencias y comportamientos semejantes.
- La última función de las actitudes, es la de mantener conservada nuestra autoestima, como la del grupo en el cual mostramos afinidad. El mantenimiento de nuestra autoestima o la de nuestro grupo, puede ocasionar estimaciones negativas de otras personas o grupos, dando lugar a actitudes basadas en prejuicios.

Por otro lado, existen variedad de conjeturas relacionadas a la palabra actitud, sin embargo, para la presente investigación se tomarán dos como referencia:

- La teoría de la autorrepresentación, menciona que las personas manifiestan actitudes paralelas al grupo en el que se encuentran para sentirse aceptados. Esto quiere decir que, muchas veces no existe coherencia entre las actitudes personales de los individuos, y la forma en cómo se comportan dentro de los grupos. El autor Snyder (1987), refiere que esto se debe a los niveles de auto-monitoreo o self-monitoring, debido a que aquellos sujetos que poseen un nivel elevado de monitoreo tienen la facilidad de cambiar sus actitudes o conductas y controlar sus emociones para darse a notar en armonía con las actitudes del medio en que se desenvuelve. Por otro lado, los individuos que poseen bajos niveles de monitoreo poseen dificultades para modificar sus actitudes y conductas. (Snyder, 1987)
- La teoría del aprendizaje social, explica el mecanismo de aprendizaje por conductas a través de la observación. Esta teoría considera cuatro

procesos los cuales dirigen y constituyen una actitud, entre la primera se encuentra la atención (Desde los rasgos que hacen significativos a una conducta), retención (De las conductas que se tienen como modelo en un cierto instante), reproducción motora (la representación simbólica en el actuar apropiado) y finalmente, el motivacional (Se da de acuerdo a los efectos observados dada una alta efectividad). (Bandura, 1987)

Consiguientemente, Mora quien cita a Robbins y Judge (2011) considera tres componentes de actitud. El primero, es el comportamental, haciendo referencia a la intención de comportarse de manera específicas hacia algo o alguien. El segundo es el cognitivo, alusivo a pensamientos, creencias. Por último, el afectivo, donde el individuo emprendedor siente afecto, satisfacción, emociones de bienestar, etc.

Existen, diversos modelos que explican la formación de una actitud citados por (Ubillus, S., Mayordomo, S., y Páez, D., 2004). Entre ellos tenemos:

#### **Modelo tridimensional:**

De acuerdo a este modelo, toda actitud está compuesta por tres dimensiones: cognitivo, afectivo y conductual.

- Componente cognitivo: referido como la forma de percibir el objeto actitudinal, en otras palabras, son las creencias, opiniones; lo que sabe el sujeto del objeto, situación. (Ubillus, Mayordomo y Páez, 2004).
- Componente afectivo: referente a lo que el objeto, estímulo o situación provoca en la persona. Es decir, sensaciones agradables o desagradables, sentimientos positivos o negativos. (Ubillus, Mayordomo, y Páez, 2004).

- Componente conductual: aquí se estiman los propósitos, tendencias e intenciones comportamentales ante el estímulo en cuestión. La influencia hacia esta dimensión está asentada en las teorías conductuales, a través de refuerzos y castigos admitidos en la vida cotidiana, los cuales tienen implicancia directa sobre la actitud que asumimos frente a algo sustentado en acontecimientos vividos con anterioridad. (Ubillus, Mayordomo y Páez, 2004).

### **Modelos unidimensionales:**

- El modelo socio-cognitivo: menciona que la actitud es una estructura de conocimiento que se da por asociación, es decir esta esquematizada por creencias, respuestas expresivas y conductas recordadas previamente almacenadas en su memoria (Ubillus, Mayordomo y Páez, 2004).
- El modelo de la acción razonada: alega que una conducta se encuentra influenciada por la intención de conducta, acompañada del influjo que ejerce la actitud y la norma subjetiva. Es decir, aplica la lógica de beneficio o valor esperado, en conjunto con la evaluación de la consecuencia teniendo en cuenta los atributos positivos o negativos (Ubillus, Mayordomo y Páez, 2004).
- El modelo de la acción planificada: intenta predecir tanto conductas voluntarias como aquellas que no están bajo control de uno mismo. Es decir, el control percibido influye en la conducta posterior a través de la planificación de ésta, haciendo referencia al discernimiento de ciertas barreras internas como falta de habilidades, competencias, etc. (Ajzen, 1991)

Con lo que respecta a emprendimiento, se destacan los siguientes conceptos.

En cuanto a la definición conceptual de emprendedor, (Duran y Arias, 2016) mencionan “el emprendedor es innovador, un estratega, creativo y alguien que cree en sus ideas para llevarlas a cabo de forma exitosa”.

Así mismo, el manual de la USMP (2019) refiere que “ser emprendedor es una forma innata de ser y actuar ante determinadas circunstancias, es una consecuencia natural del modo de pensar como emprendedor”. Por otro modo, (Formichella, 2004) lo considera como un impulso de un plan o proyecto que se busca con un propósito económico, político, social y entre otros, este tiene ciertas características, en especial una posesión de incertidumbre e innovación

Schumpeter (1950) citado por Marulanda et al (2009) menciona “la verdadera función de un emprendedor es la de tomar iniciativas, de crear”, de tal modo que ofrece al sujeto aprovechar oportunidades en su entorno.

Carlant (s.f.) citado por Marulanda et al (2009) refiere al emprendedor como “el sujeto con necesidades de acatamiento, dependencia, el que no teme al riesgo, al contrario, le agradan esas situaciones de arriesgar y mostrando además sentimientos para poder manejar su destino”.

Finalmente, Shaver y Scott (1991) también citado por Marulanda et al (2009) consideran al emprendedor como “el sujeto con una cantidad de peculiaridades psicológicas, como la personalidad, los procesos cognitivos, los cuales son incitados por las circunstancias”, afirmando que el individuo emprendedor tiene una mente que describe las posibilidades de realizar un proyecto, para ello hará uso de la innovación y la motivación para persistir y lograr que este se cumpla.

Por otro lado, entre los tipos de emprendimiento, encontramos El emprendimiento social, el cual se concibe como proceso involucrando el uso innovador y la combinación de recursos para buscar oportunidades para catalizar el cambio social y/o satisfacer necesidades sociales (Mair y Marti, 2006)

Del mismo modo, hallamos a El emprendimiento empresarial Según Ramírez, Bernal y Fuentes (2013) se comprende debido a la idea de creación de empresas, aquí se atribuyen características propias y las motivaciones de los empresarios, hasta relacionar con el ambiente macroeconómico y en el contexto del mercado laboral.

Finalmente, a lo que apunta nuestra investigación tenemos que Quintero (2007) citado por Pabón (2011) menciona que una actitud emprendedora es un comportamiento indeleble que permite administrar recursos para crear resultados según la operación o acción que se esté desarrollando (Pabon, 2011).

De tal modo (Martinez y Carmona, 2009) plantean como competencias para la formación emprendedora en relación de la actitud las siguientes:

- Actitud mental positiva: implica que estos sujetos confíen en sus destrezas, para que de esta forma puedan llevar a cabo el desarrollo de una empresa u organización, constituyéndose dentro de esta competencia el optimismo en cuanto al querer emprender.
- Capacidad para sobreponerse al fracaso: Se relaciona con la motivación y formación resiliente al querer seguir adelante ante los problemas, situaciones o momentos de crisis que se presenten.
- Facilidad para las relaciones sociales: Estos individuos deben compartir y tener la habilidad de relacionarse sin dificultad con las demás personas, de una forma apropiada en los diversos entornos en donde se relacione.
- Iniciativa: busca desarrollar una actitud de proactividad, realizando acciones por sí mismo, teniendo consigo propuestas novedosas, haciendo uso de medios tecnológicos e innovadores que beneficien su emprendimiento



- Visión y proyecto futuro: el individuo establece ideas y visualiza aquellas propuestas que no han sido de interés por otros empresarios, y que estas ideas podrían plantear un proyecto futuro con resultados muy provechosos para el emprendedor.

Contextualizando dichos conceptos durante el confinamiento social, Nicolás y Rubio (2020) consideran que “los emprendedores han sido, son y serán un recurso fundamental en períodos de crisis”, pues demuestran una oportunidad de no estancarse en la baja economía cumpliendo un papel importante en cualquier lugar.

Así mismo, Saavedra (2020) refiere que “las actitudes emprendedoras frente al confinamiento social son un conjunto de respuestas significativas de creatividad, innovación, iniciativa y motivación que permite el desarrollo personal y social de las personas; asumiendo riesgos, pero sobre todo aprovechando oportunidades de crecimiento ante situaciones y contextos adversos”.

Del mismo modo, Durán-Aponte (2016) plantea que la actitud emprendedora comprende a una persona con características de optimismo, persistencia, creatividad y proactividad, lo cual tiene más implicancia con su forma de ser, esforzándose por llevar a cabo cosas novedosas, sin copiar iniciativas de emprendimiento, o en todo caso innovando sobre lo que existe, con peculiaridades que impacten en la sociedad. Es por ello, que este autor las define como dimensiones de la actitud emprendedora en su investigación:

- Optimismo: expresión positiva ante sucesos adversos que guardan relación con el nuevo emprendimiento, donde se desarrolla una alta confianza para ejecutar planes de éxito, afrontando dificultades, llevando a cabo ideas novedosas.

- Persistencia: vislumbra el autoanálisis de sí mismo, en función de aquellas dificultades que se presenten en el camino del emprendimiento, mostrando perseverancia y firmeza para sobreponerse, intentando constantemente el cambio, y buscando siempre alternativas de solución.
- Creatividad e innovación: es la manera de generar ideas nuevas con una actitud imaginativa, que permita satisfacer necesidades, y facilite el funcionamiento de las demandas sociales, buscando respuestas exclusivas para las problemáticas existentes.
- Proactividad: es la forma en el que el ser humano se reta a sí mismo, auto-exigiéndose positivamente en todo lo que emprende, direccionando su esfuerzo a lograr la excelencia.

Entre los componentes de la actitud emprendedora que menciona Mora (2016) citando a (Krauss, 2005) y de los cuales hemos considerado el de autoestima para nuestra investigación, tenemos los siguientes:

- Autoestima: (Murcia Gándara et al, 2007) definen “La autoestima como actitud es la forma usual de pensar, amar, sentir y comportarse consigo mismo”, de tal modo, permite confiar en las capacidades, destrezas y potencial del individuo (Tarazona, 2005), menciona además que esta autoestima se conforma por dos componentes entre ellos la valía propia y el sentimiento de la capacidad propia.
- Necesidad de logro: (Varela Ruiz, Vives Varela y Fortoul van der Goes, 2012) definen la motivación de logro como el conjunto de acciones y sentimientos relacionadas con el estándar de excelencia, según lo indagado estos autores mencionan la necesidad de logro como una meta de querer cumplir un objetivo propio que se relaciona como parte de la Autorrealización, este componente está constituido por tres aspectos, entre estos se encuentra la necesidad de logro, en segundo la posibilidad de obtener el éxito y finalmente, el valor que tiene este éxito como logro

en el individuo, de tal forma, que halla motivación de lograr una meta, aquí además el individuo debe confiar en sí mismo, ser responsable de sus acciones, asumir retos, realice un plan para poder ejecutarlos y economice el tiempo.

- Innovación: (Bejerano, 2006) considera a la innovación como un proceso que se da al tener una idea o afirmación de desarrollar un producto, técnica, o servicio, siendo útil para el consumidor y a la vez aceptable por el mismo. Asimismo, para (Mendoza Vargas, Boza Valle, Manjarrez Fuentes y Escobar Terán, 2018) consideran a la innovación como un proceso consecuente y extenso de aprendizaje, donde se tienen ideas y conocimientos en procesos, servicios o productos nuevos, o incluso siendo modificados, examinados y mejorados para bien del consumidor, los cuales se atribuyen con éxito en el mercado y llegan a ser reconocidos ante la sociedad.
- Control percibido interno: (Blackman, 2004) Adjunta “el emprendedor tendrá más posibilidades de éxito si posee un elevado locus de control interno y responsabilidad ya que auscultará con detalle el plan de negocios y sabe que el control está en sus manos y no depende del entorno.
- Riesgo: (Espíritu y Sastre, 2011) “una persona que arriesga, está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos ante las diversas adversidades, estando este en relación con el emprendedor

Considerando la información descrita anteriormente, existen dos enfoques o teorías del comportamiento humano que tienen afinidad con respecto al emprendimiento, detalladas por Marulanda, Correa y Mejía (2009)

- Enfoque etológico o teoría evolucionista se encarga de brindar conocimiento de la constancia de la vida en la tierra, pues menciona que la adaptación del ser humano se da como herramienta de exploración de

su comportamiento y progreso constante. Es decir, el ser humano se estimula al asociar ideas, debido a su necesidad por sobrevivir en su hábitat, lo que es guiado por su capacidad para razonar. De esta manera se ejerce la idea de emprender, buscando el progreso constante de una mejor calidad de vida. Del mismo modo, el comportamiento que ejecuta el individuo tiende a avalar a la supervivencia, aun no sabiendo el resultado positivo, que este puede brindar, pues en la era de las cavernas primaba el miedo innato de sobrevivir en condiciones deplorables, y lo que antes significaba acogerse en una vivienda para evitar peligros, hoy en día surgen ideas de crecimiento mundial. Por consiguiente, el comportamiento emprendedor también nace dentro de una casuística condicionada por el entorno, por ejemplo, el invierno, verano, frío, calor, escases de alimentos, crisis económicas, etc., incitando al ser humano a favorecerse y apropiarse de dichas condiciones para su crecimiento. (Perinat, 1980)

- Enfoque psicológico, refiere que el hombre es creativo, comparativo por naturaleza, por su mente como parte innata, asimismo, detalla que el hombre perennemente ha tenido una interrogante, del por qué ciertas personas poseen y obtienen más éxito que otras.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

El tipo investigación es no experimental transversal descriptivo, la investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido, es decir sin deducir la relación de la variable sin intervención o influencia directa, puesto a que las relaciones se observan en su contexto natural. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la investigación 5ta edición, 2010). Asimismo, es de tipo transversal descriptivo de modo que la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables dentro de una población, serán estudios únicamente descriptivos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Es decir, en el contexto en el que se ubique a una variable en un grupo de personas o comunidades específicas se tendrá como propósito describir las mismas. Por otro lado, el diseño de esta investigación es instrumental, puesto a que autores como (Montero y Leon, 2005) consideran que este tipo de estudios se encuentran enfocados al desarrollo de pruebas y aparatos, incluyendo tanto el diseño o adaptación y así el estudio de las propiedades psicométricas de estos. De tal manera que se busca determinar los procesos psicométricos de una escala para medir la actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de Piura, 2020.

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### **Población:**

Para esta investigación se debe determinar una población, la población o universo se denomina al conjunto de individuos u objetos los cuales se pretenden explorar en una investigación, puesto a que tienen peculiares características que impactan al investigador y son de interés para la exploración de estudio (Pineda, de Alvarado, y de Canales, 1994). Esta investigación está conformada por una población finita, puesto a que se conoce la cantidad, de acuerdo al informe del (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017) se detalla la cantidad de alumnos universitarios de la Ciudad de Piura, por lo tanto, se determina que la población de estudiantes universitarios es de 39,584.

#### **Muestra:**

(Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) Determinan que la muestra es un subgrupo de la población de la que se pretende estudiar, la cual permitirá ser explorada y dará datos importantes para la investigación, de tal modo, esta se debe definir y delimitar con claridad, siendo significativa en la población manipulada. Por lo tanto, la muestra de este estudio estará constituida por 380 estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, tal cantidad de la muestra se ha obtenido con un 95% de confianza y 5% de margen de error.

Fórmula de cálculo empleada:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

p = porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

$q = \text{porcentaje de la población que no tiene atributo deseado} = 1 - p$

Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50 % para  $p$  y 50% para  $q$

$N = \text{tamaño del universo (se conoce puesto que es finito)}$

$e = \text{error de estimación máximo aceptado}$

$n = \text{tamaño de la muestra.}$

### **Muestreo:**

En cuanto al muestreo del estudio se realizará un muestreo probabilístico estratificado, puesto a que se hará selección de sujetos de modo aleatorio por características peculiares y de interés para el investigador, en este caso deben ser estudiantes universitarios y estos deben de estudiar en universidades de la ciudad de Piura. (Otzen y Manterola, 2017) refieren que el muestreo probabilístico opta al azar en elegir la muestra, en este caso los universitarios de Piura componen una parte de la población y de cada estrato se elige un determinado número de individuos que representen parte de la muestra Universitaria.

*Tabla 1 Muestreo*

Universidades	Cantidad de población	Cantidad de la muestra
Universidad Nacional de Piura	18,908	95
Universidad de Piura	7,041	95
Universidad Privada Antenor Orrego (Filial Piura)	7,000	95
Universidad Cesar Vallejo (Filial Piura)	4,574	95
TOTAL		380

Fuente: INEI - Piura Compendio estadístico 2017

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnica**

Para la recolección de datos se empleará la evaluación psicológica (Nunes Baptista, Garcia Capitão y Alba Scortegagna, 2006) “La evaluación psicológica pone en base al método científico junto al estudio, manipulación y aplicación de instrumentos psicológicos”, se da con fines de evaluar e indagar alguna variable psicológica en base de cuestionarios o encuestas, es por ello, que en esta investigación se hará uso de una escala tipo Likert (escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social) en estudiantes universitarios de Piura.

#### **Instrumento:**

La presente escala se denominará escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social, cuyo objetivo será conocer aquellas actitudes emprendedoras que se han develado en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, ante el confinamiento social a causa de la pandemia por el covid-19. El presente instrumento será construido con una escala tipo Likert y estará compuesto por las siguientes dimensiones: Optimismo, Persistencia, Creatividad, Innovación, Proactividad y Autoestima. Además, tendrá una cantidad de ítems por las dimensiones antes mencionadas. En la parte final, todos estos aspectos de la prueba serán sometida a todos los procesos técnicos y metodológicos de la creación de un instrumento psicológico.

#### **Validez y confiabilidad**

La validez de contenido de la escala de actitudes emprendedoras se someterá a evaluación por medio del método juicio de expertos, dando la



apreciación respectiva a los ítems planteados, teniendo en cuenta los principios de claridad, coherencia y relevancia de la herramienta psicológica. Así mismo, para determinar la validez de constructo se realizará el análisis factorial exploratorio en conjunto con el método convergente dominio total, lo que permitirá validar los ítems para su administración. Del mismo modo, la confiabilidad de la escala se consumará a través del coeficiente omega de McDonald, lo que brindará alta confiabilidad a la escala elaborada.

### **3.5. Procedimientos**

Para realizar el trabajo de investigación se exploraron los recursos teóricos que se regirán a la prueba, una vez ya obtenidas las dimensiones y variables de estudio se formará la tabla de especificaciones, se elaborara los ítems; posteriormente, se entrega el trabajo al asesor académico para luego ser brindado a los jueces para la respectiva revisión, de este modo, habiendo pasado por una rigurosa evaluación de expertos, quien con base científica darán el visto bueno para proceder a que el instrumento sea aplicado, se brindara de manera online el instrumento de medición, respetando la disponibilidad, voluntad y facilidades tecnológicas de los universitarios seleccionados, haciendo hincapié en el consentimiento informado y el objetivo de la investigación que se expresará de manera virtual, luego, habiéndose tomado la prueba se tendrá de la base de datos para proceder hacer el análisis de datos.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Obtenida la base de datos, se realizará la validez de contenido a través del estadístico de Aiken. Asimismo, se ejecutará la validez convergente dominio total que implica la correlación entre el total y cada una de las dimensiones, para ello se usará del método estadístico de correlación de Pearson. Posteriormente

se procederá a realizar la validez de constructo a través del análisis factorial exploratorio. Posterior a ello, se obtendrá la confiabilidad a través del coeficiente omega de McDonald, tanto la confiabilidad del instrumento como de sus dimensiones. Finalmente, se elaborarán las normas percentilares totales y por dimensión.

En cuanto al análisis estadístico y para la explicación de los datos recolectados se han desarrollado los siguientes pasos:

Fase I: Se determinarán los programas estadísticos para el análisis de datos, entre ellos se seleccionaron el programa SPSS y Microsoft Excel 2019

Fase II: Una vez seleccionados, se descargan en el ordenador y se visualiza que haya un adecuado manejo de los mismos.

Fase III: Con el programa de Microsoft Excel se recolectarán los datos de las escalas ya rellenas por la muestra objetivo (universitarios de la ciudad de Piura), en el cual estarán situadas todas las respuestas por puntaje de la muestra seleccionada

Fase IV: El software SPSS será útil para cambiar las medidas escalares a medidas ordinales, esto producto de las puntuaciones halladas en el Excel, estableciendo la variable en categorías, identificando la estadística descriptiva.

### **3.7. Aspectos éticos**

Durante el proceso de investigación se tendrá en cuenta ciertos aspectos éticos que permitan a los participantes sentirse seguros de las respuestas que emitirán de manera virtual. Es por ello, que las contestaciones que realicen se mantendrán en anonimato y se empleará un proceso de recopilación de datos, altamente confidencial, donde prime la seguridad de los datos personales de los

contribuyentes al desarrollo de la investigación. Así mismo, la escala creada será aplicada de manera voluntaria, respetando los derechos de las personas, su ideología, creencias, costumbres, opiniones personales, etc. Del mismo modo, los autores originales del instrumento, son conscientes y responsables de cumplir con los procesos respectivos, para que la herramienta psicológica sea un éxito y contribuya positivamente en la sociedad.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 01**

*Validez de contenido por criterio de expertos de la Escala Actitud Emprendedora frente al confinamiento social*

*Tabla 1 Validez de contenido*

N° ítems	Claridad		Relevancia		Coherencia			
	Total	% de acuerdos	Total	% de acuerdos	Total	V Aiken	Sig. (p)	IA
1	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
2	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
3	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
4	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
5	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
6	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
7	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
8	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
9	9	90%	9	90%	25	0,83	0.008	0.90
10	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
11	9	90%	9	90%	26	0,87	0.008	0.90
12	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
13	8	80%	8	80%	24	0,80	0.008	0.80
14	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
15	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
16	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
17	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
18	10	100%	9	90%	28	0,93	0.008	1.00
19	10	100%	9	90%	28	0,93	0.008	1.00
20	9	90%	7	70%	21	0,70	0.008	0.90
21	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
22	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00

<b>23</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>24</b>	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
<b>25</b>	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
<b>26</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>27</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>28</b>	9	90%	9	90%	25	0,83	0.008	0.90
<b>29</b>	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
<b>30</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>31</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>32</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>33</b>	9	90%	10	100%	25	0,83	0.008	0.90
<b>34</b>	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
<b>35</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>36</b>	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
<b>37</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>38</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>39</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>40</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>41</b>	10	100%	9	90%	28	0,93	0.008	1.00
<b>42</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>43</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>44</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>45</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>46</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>47</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>48</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>49</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>50</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>51</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>52</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>53</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00

<b>54</b>	9	90%	9	90%	26	0,87	0.008	0-90
<b>55</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>56</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>57</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>58</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>59</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>60</b>	10	100%	9	90%	27	0,90	0.008	1.00
<b>61</b>	9	90%	9	90%	25	0,83	0.008	0.90
<b>62</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>63</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>64</b>	10	100%	10	100%	27	0,90	0.008	1.00
<b>65</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>66</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>67</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>68</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>69</b>	10	100%	10	100%	28	0,93	0.008	1.00
<b>70</b>	10	100%	10	100%	27	0,90	0.008	1.00
<b>71</b>	9	90%	9	90%	27	0,90	0.008	0.90
<b>72</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>73</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>74</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00
<b>75</b>	10	100%	10	100%	29	0,97	0.008	1.00

Nota: Análisis aplicado a 10 jueces expertos en creación y adaptación de instrumentos psicométricos, entre ellos, docentes de investigación y psicólogos

En la tabla 1, La validez de contenido de la Escala Actitud emprendedora frente al confinamiento social evidencia la evaluación de 75 ítems los cuales fueron examinados por 10 jueces, de acuerdo a la cuantificación de validez de contenido (Juicio de expertos) se aplicó la formula V de Aiken, el cual obtuvo índices igual 1 y 0.90. De esta manera el coeficiente utilizado reveló que los ítems valorados por los jueces son aceptables. Sin embargo, en el análisis factorial

exploratorio omiten los ítems 03, 04, 05, 09, 10, 11, 13, 21, 24, 27, 28, 29, 30, 37, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 58, 59, 60, 64 porque se encuentran debajo del puntaje 0.30, por lo tanto, no cumplieron los principios básicos que demandan en la investigación, de tal forma estableciendo en la escala 49 ítems.

## Tabla 2

*Validez de constructo a través del método de análisis factorial exploratorio de la escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social.*

*Tabla 2 Validez de constructo*

<b>KMO y prueba de Bartlett</b>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,953
	Chi-cuadrado aproximado	11373,173
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	1176
	Sig.	,000

En la tabla 2 se estima un KMO con puntaje de ,953 lo que refiere que puede realizarse un análisis factorial para ver la rotación de los ítems y las posibles dimensiones, un Chi-cuadrado aproximado 11373,173, del mismo modo se evidencia en la Prueba de esfericidad de Bartlett un gl 1176. En efecto de lo revelado señala la apropiada relación entre la variable de estudio y los reactivos propuestos para la medición.



**Tabla 3**

*Matriz de factor rotado de la escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social*

*Tabla 3 Matriz de factor rotado*

	Factor					
	1	2	3	4	5	6
Ítem 12	,609					
Ítem 62	,565					
Ítem 31	,563					
Ítem 22	,548					
Ítem 01	,548					
Ítem 61	,547					
Ítem 14	,536					
Ítem 15	,531					
Ítem 65	,514					
Ítem 23	,507					
Ítem 44	,502					
Ítem 16	,499					
Ítem 02	,491					
Ítem 17		,453				
Ítem 66						,407
Ítem 38	,459					
Ítem 63	,458					
Ítem 25	,446					
Ítem 39	,441					
Ítem 75			,433			
Ítem 26	,432					
Ítem 20		,597				
Ítem 34		,576				

Ítem 18	,540		
Ítem 19	,498		
Ítem 06	,491		
Ítem 33	,486		
Ítem 08	,486		
Ítem 35	,482		
Ítem 07	,445		
Ítem 36	,436		
Ítem 57	,406		
Ítem 73		,618	
Ítem 74		,586	
Ítem 71		,580	
Ítem 72		,520	
Ítem 70		,496	
Ítem 32		,469	
Ítem 55			,795
Ítem 56			,653
Ítem 54			,541
Ítem 53			,404
Ítem 41			,740
Ítem 42			,610
Ítem 40			,457
Ítem 43			,438
Ítem 67			,681
Ítem 68			,670
Ítem 69			,429

---

---

Método de extracción: Máxima verosimilitud.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 9 iteraciones.

En la tabla 3, se puede apreciar que en el análisis del factor rotado se ubican 6 factores y de los 75 reactivos planteados al inicio se evidencia que 26 fueron omitidos los cuales fueron 03, 04, 05, 09, 10, 11, 13, 21, 24, 27, 28, 29, 30, 37, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 58, 59, 60, 64, quedando sobreentendido que la escala de actitud emprendedora está compuesta por 49 ítems. De los cuales se ubica en el factor 1 los ítems 12, 62, 31, 22, 01, 61, 14, 15, 65, 23, 44, 16, 02, 38, 63, 25, 39 y 26; el factor 2 constituido por los ítems 17, 20, 34, 18, 19, 06, 33, 08, 35, 07, 36 y 57; el factor 3 constituido por los ítems 75, 73, 74, 71, 72, 70 y 32; el factor 4 conformado por el ítem 55, 56, 54 y 53; el factor 5 constituido por 40, 41, 42 y 43 y el factor 6 constituido por los ítems 66, 67, 68 y 69.

**Tabla 4**

*Validez convergente a través del método dominio total de la escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social.*

*Tabla 4 Validez convergente*

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	TOTAL	
Rho de Spearman	Optimismo								
		Coeficiente de correlación	1,000	,803**	,789**	,649**	,707**	,732**	,957**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	380	380	380	380	380	380	380
		Persistencia							
		Coeficiente de correlación	,803**	1,000	,735**	,635**	,653**	,644**	,890**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	380	380	380	380	380	380	380
		Creatividad							
		Coeficiente de correlación	,789**	,735**	1,000	,638**	,654**	,678**	,860**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000
		N	380	380	380	380	380	380	380
		Innovación							
		Coeficiente de correlación	,649**	,635**	,638**	1,000	,602**	,557**	,732**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	380	380	380	380	380	380	380
		Proactividad							
		Coeficiente de correlación	,707**	,653**	,654**	,602**	1,000	,600**	,772**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380	380	
	Autoestima								
	Coeficiente de correlación	,732**	,644**	,678**	,557**	,600**	1,000	,784**	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	
	N	380	380	380	380	380	380	380	
	TOTAL								
	Coeficiente de correlación	,957**	,890**	,860**	,732**	,772**	,784**	1,000	
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	
	N	380	380	380	380	380	380	380	

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 4 Se representa la correlación total con cada uno de sus factores, se evidencia valores correlaciones altamente significativos en la dimensión optimismo con un 0.957, seguido de ello se encuentra el factor Persistencia con un 0.890 considerándose una correlación significativa, el factor creatividad con un 0.860, por otro lado, el factor innovación con un 0.732, el factor proactividad con 0.772 y el factor autoestima con un 0.784 siendo una correlación significativa en la dimensión, finalmente, también en la tabla se aprecia que la correlación total de la escala es de 1.000 evidenciando una correlación muy buena.

## Tabla 05

### *Estadística de fiabilidad omega según total y sus factores de la escala de Actitud emprendedora frente al confinamiento social*

Tabla 5 Fiabilidad de Omega

	Coeficiente Omega	N° de Items
Actitud emprendedora frente al confinamiento social	0.949	49
Factor 1: Optimismo	0.864	18
Factor 2: Persistencia	0.793	12
Factor 3: Creatividad	0.732	7
Factor 4: Innovación	0.697	4
Factor 5: Proactividad	0.653	4
Factor 6: Autoestima	0.636	4

Nota: Resultado del análisis de las respuestas de los 380 universitarios de la ciudad de Piura

En la tabla 05 Se puede visualizar que la fiabilidad de la escala de actitud emprendedora según el coeficiente Omega es de 0.949, asimismo, en la dimensión Optimismo obtuvo un puntaje de confiabilidad de 0.864, la dimensión Persistencia obtuvo un puntaje de fiabilidad de 0.864, la dimensión Creatividad obtuvo un puntaje de 0.732, la dimensión Innovación un 0.697, la dimensión Proactividad un puntaje de 0.653 y en la dimensión autoestima un puntaje de fiabilidad de 0.636.

**Tabla 06***Normas percentilares de la escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social.**Tabla 6 Normas percentilares*

		Optimismo	Persistencia	Creatividad	Innovación	Proactividad	Autoestima	TOTAL	NIVELES
N	Válidos	380	380	380	380	380	380	380	
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	
Media		68,99	46,24	27,45	15,72	15,86	15,50	189,77	
Varianza		184,193	71,911	27,483	10,481	10,815	12,393	1066,641	
Mínimo		22	16	7	4	4	4	62	
Máximo		90	60	35	20	20	20	245	
Percentiles	5	40,00	28,00	15,00	9,00	8,05	8,00	122,00	Bajo
	10	47,20	34,00	21,00	12,00	11,00	10,00	140,30	
	15	54,15	39,00	23,00	13,00	13,00	12,00	153,15	
	20	59,20	41,00	25,20	14,00	14,00	13,00	165,00	
	25	64,00	43,00	26,00	14,00	15,00	14,00	174,00	
	30	66,00	45,00	27,00	15,00	15,00	15,00	182,00	Promedio
	35	69,00	46,00	27,00	15,35	16,00	15,00	188,00	
	40	70,00	46,00	28,00	16,00	16,00	16,00	190,00	
	45	71,00	47,00	28,00	16,00	16,00	16,00	192,00	
	50	71,00	48,00	28,00	16,00	16,00	16,00	194,00	
	55	72,00	48,00	28,00	16,00	16,00	16,00	196,00	
	60	73,00	49,00	29,00	16,00	17,00	16,00	198,00	
	65	74,65	49,65	29,00	17,00	17,00	17,00	202,00	
	70	75,70	50,00	30,00	17,00	18,00	17,00	205,70	
	75	78,00	52,00	30,00	18,00	18,00	18,00	211,00	
	80	80,00	53,00	31,00	18,00	19,00	19,00	217,00	Alto
	85	82,85	54,00	32,00	19,85	19,00	19,00	222,85	
	90	85,00	56,00	33,00	20,00	20,00	20,00	229,90	
	95	87,95	58,00	35,00	20,00	20,00	20,00	237,00	
	100	90,00	60,00	35,00	20,00	20,00	20,00	245,00	

En la tabla 6 respecto a los factores y el total de la escala se obtuvieron los siguientes baremos, a nivel general de la escala se considera que entre el

puntaje de 5 a 29 el nivel es bajo, en el puntaje de 30 a 79 está ubicado en un nivel promedio y finalmente, de 80 al 100 se encuentra ubicado un Nivel Alto.

Baremos por dimensiones y categorías de la Escala de Actitud emprendedora frente al confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura.

Dimensiones	Percentiles	Categoría
Dimensión 1: Optimismo	Del 22 al 66	Bajo
	Del 67 al 76	Medio
	Del 77 al 90	Alto
Dimensión 2: Persistencia	Del 16 al 45	Bajo
	Del 46 al 50	Medio
	Del 61 al 60	Alto
Dimensión 3: Creatividad	Del 7 al 27	Bajo
	Del 28 al 30	Medio
	Del 31 al 35	Alto
Dimensión 4: Innovación	Del 4 al 15	Bajo
	Del 16 al 17	Medio
	Del 18 al 20	Alto
Dimensión 5: Proactividad	Del 4 al 15	Bajo
	Del 16 al 18	Medio
	Del 19 al 20	Alto
Dimensión 6: Autoestima	Del 4 al 15	Bajo
	Del 16 al 17	Medio
	Del 18 al 20	Alto

Nota: Aplicado a 380 estudiantes universitarios de la ciudad de Piura



## V. DISCUSIÓN

Después de haber realizado todo el procesamiento de información estadístico con las diferentes herramientas de análisis de investigación, se elaboró la discusión de resultados para obtener una mejor perspectiva de los hallazgos encontrados.

En primer lugar, el objetivo general de la investigación fue determinar las evidencias de los procesos psicométricos de la escala de actitud emprendedora en tiempos de confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura. En primer término, se creó el instrumento empleando los requerimientos técnicos, lingüísticos y los procesos psicométricos, tabla de especificaciones, y se estableció sistemáticamente variables, dimensiones e indicadores creados para el presente estudio

El primer objetivo específico fue indagar la validez de contenido a través del método criterio de expertos, que después de realizado el procesamiento de datos y validación por parte de los jueces, se obtuvieron valores entre 0.90 y 1.00, lo que indica una categoría altamente significativa. Estos valores expresan la uniformidad por parte de los 10 jueces, quienes consideraron la mayoría de ítems válidos en cuanto a claridad, relevancia y coherencia; por lo tanto, dan constancia a los investigadores de que los reactivos medirán el constructo que se desea estudiar. Revisando la literatura Escobar y Cuervo (2008) citados por Fernández y Remaycuna (2020) mencionan que los valores obtenidos del instrumento serán mayores siempre y cuando exista un acuerdo mutuo en cuanto a los expertos. Además, contrastando esta información Tenorio (2021) establece en su investigación denominada "Propiedades psicométricas de la Escala de

Actitud Emprendedora (E.A.E) en estudiantes de institutos superiores tecnológicos privados de Huaral, 2019”, una calificación adecuada por 10 jueces teniendo en cuenta los 3 criterios respectivos que competen a la V de Aiken. El proceso de validez de contenido por medio del criterio de jueces es muy importante, debido a que el instrumento se someterá a una revisión rigurosa por parte de profesionales especialistas en el área, por ende este paso no debe ser omitido, sino la investigación y creación de la prueba podría tener dificultades en cuanto a su construcción.

Como segundo objetivo específico, se determinó la validez de constructo mediante el análisis factorial exploratorio. A través de este proceso estadístico se obtuvo como resultado un puntaje de KMO de ,953 lo que indicó una adecuada factibilidad del procedimiento de análisis factorial. Lo mencionado anteriormente tiene un soporte teórico en el autor De la Fuente (2001) citado por Fernández y Remaycuna (2020) quien menciona que para mayor consistencia de la validez de constructo deben establecerse valores superiores a 0,50 y 0,70 respectivamente. Por otro lado, en cuanto al componente de factor rotado, el análisis estadístico eliminó 26 reactivos que no cumplían con los criterios de asignación de los ítems a los factores, los cuales debían ser solo considerados los mayores a 0.40 (Lloret, Adoracion Ferreres, Hernandez, & Tomas, 2014) Quedando finalmente la escala de actitud emprendedora conformada por 49 ítems y 6 dimensiones. En este caso la dimensión número uno, está conformada por 18 ítems, la dimensión número dos posee 12 ítems, la dimensión tres tiene 7 ítems, y por último las dimensiones cuatro, cinco y seis están conformadas por 4 ítems cada una. Continuando la misma línea de investigación de construcción de un instrumento, con diferente variable de estudio, Remaycuna (2020) en su

trabajo “Construcción y procesos psicométricos de una escala de actitudes frente al reciclaje en universitarios peruanos 2020” obtuvo un puntaje de KMO de 0.89 lo que ameritó realizar un análisis factorial exploratorio. Por otro lado, en cuanto al análisis de la matriz de factor rotado, el investigador eliminó 8 ítems de los 26 que había considerado, distribuyéndolos en 3 factores. Considerando y contrastando dicha información, podemos resaltar el grado de importancia que tiene este procedimiento estadístico dentro de la construcción de la escala. Por lo tanto, es inevitable omitir este paso en la construcción de un instrumento.

El tercer objetivo específico fue explorar la validez convergente a través del método dominio total. Los resultados obtenidos fueron los siguientes; en el primer factor denominado optimismo, se obtuvo un valor de 0.957, en el factor número dos de persistencia el valor fue 0.890, en creatividad se apreció un valor de 0.860, en el factor de innovación se evidenció un valor de 0.732, en proactividad el valor fue de 0.772 y finalmente en el factor de autoestima el valor fue de 0.784. Estos puntajes significan que la correlación de las dimensiones con la variable es significativa. Según Cheung y Wang (2017) citados por Moral (2021) mencionan que la validez convergente brinda un nivel de seguridad y certeza a los indicadores propuestos, en base a la variable que se desea medir, siempre y cuando se mantenga un valor estimado de 0.61 a 0.99. Por lo tanto, la extracción de este pequeño apartado confirma que la validez convergente de la escala actitud emprendedora es significativa. Por otro lado, Según Martyn (2009) citado por Fernández y Remaycuna (2020) es esencial señalar la relevancia que tiene para los investigadores saber y establecer el valor correlacional que existen entre los factores y la variable, debido a que esto permitirá corroborar datos específicos dentro de la investigación. Teniendo en cuenta lo mencionado, este

tipo de validez ayuda al investigador a generar posibles mejoras en trabajos futuros y brinda una visión mucho más amplia de los factores establecidos y como se correlacionan entre sí.

El cuarto objetivo específico fue establecer la confiabilidad mediante el coeficiente omega de los procesos psicométricos. El procesamiento de datos de este procedimiento estadístico arrojó un valor total de 0.949, reflejando una confiabilidad aceptable dentro de los parámetros que se establecen en la construcción de un instrumento. Lo mencionado, se sustenta bajo el marco teórico que establece Campo-Arias y Oviedo (2008) citados por Ventura y Caycho (2017), quienes refieren que el coeficiente de omega trabaja con cargas factoriales y hace más estables los cálculos, lo que implica un nivel de fiabilidad adecuado. Además, estipulan que para considerarse un valor aceptable de confiabilidad los valores deben oscilar entre 0.70 y 0.90. El procedimiento estadístico de coeficiente de omega brinda una mayor consistencia en cuanto a la fiabilidad y cargas factoriales que se deseen obtener del instrumento creado, por ende, es un proceso significativo dentro de los estudios de investigación. Finalmente, contrastando lo obtenido tenemos que Ortiz (2018) en su estudio propiedades psicométricas de la escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública de Lima, mostró resultados en cuanto a confiabilidad según el coeficiente omega de McDonald de 0.908, lo cual también revela que la población universitaria en la que efectuó el instrumento, demostró que la escala adaptada por Krauss en el 2011, es adecuada para el constructo medido.

Finalmente, el quinto objetivo fue elaborar los baremos percentilares totales y por dimensiones de la escala de actitud emprendedora. Respecto a los valores establecidos, se obtuvieron baremos totales divididos en tres categorías:

en la categoría bajo el puntaje oscila entre 62 a 182, en la categoría promedio los valores se estiman desde 183 a 206, y finalmente en la categoría alto, los puntajes son de 207 a 245. Según Valero (2013) refiere que la elaboración y uso de percentiles ordenará los valores de un conjunto de observaciones, y permitirá calcular e interpretar de manera simple la conceptualidad del objeto de análisis. Asimismo, el autor menciona que la baremación es un elemento de gran importancia dentro del proceso de creación y uso de un instrumento de medida, debido a que al momento de transformar una puntuación se podrá obtener un valor significativo de acuerdo al comportamiento de un conjunto de observaciones que se desee estudiar. Por consiguiente, el procedimiento estadístico mencionado es indispensable para establecer un orden de medida en las puntuaciones que se obtienen y establecen en la elaboración de un instrumento de carácter psicométrico. Contrastando con Rojas (2018) en la adaptación que realiza de una escala elaborada por Krauss en 2011, la cual mide actitud emprendedora en estudiantes universitarios, revela que en cuanto a la variable sexo y edad no se amerita baremos, sin embargo, también clasifica las puntuaciones percentilares, según el nivel de actitud emprendedora, señalando un nivel bajo, medio y alto de emprendimiento como categorías de la escala, de la misma manera, siendo también estas categorías estimadas en la escala creada con la misma población.

## VI. CONCLUSIONES

- Se realizó los procesos psicométricos de una escala de actitud emprendedora en tiempos de confinamiento social en estudiantes universitarios de la ciudad de Piura, 2020, reflejando una buena validez y confiabilidad
- Se revela en la validez de contenido valores de 1 mayores a 0.80, lo cual muestra que los ítems planteados son válidos de acuerdo a claridad, coherencia y relevancia.
- En cuanto a la validez de constructo mediante el análisis factorial exploratorio de la escala, se obtuvo un KMO de ,953 lo que representa que los ítems tienen relación con la variable de estudio y de tal modo, se elabora el análisis factorial, en el cual señalan 6 factores los cuales son optimismo, persistencia, creatividad, innovación, proactividad y autoestima, y estos, conformando 49 reactivos.
- Respecto a la validez convergente dominio total se obtuvieron las siguientes correlaciones, en el factor optimismo un 0.957, Persistencia 0.890, creatividad 0.860, innovación 0.732, proactividad 0.772 y el factor autoestima con un 0.784 siendo correlaciones significativas en las dimensiones, evidenciando una correlación altamente significativa a nivel general.
- Se determinó la confiabilidad mediante el coeficiente omega con 0.949 el cual demuestra adecuada confiabilidad, del mismo modo, en el factor Optimismo obtuvo un puntaje de 0.864, en Persistencia un puntaje de 0.864, Creatividad obtuvo un puntaje de 0.732, Innovación un 0.697, Proactividad un puntaje de 0.653 y finalmente en el sexto factor Autoestima un puntaje de 0.636 en cuanto a fiabilidad, esto quiere decir, que el instrumento es confiable por su exactitud y precisión en su totalidad y por dimensiones.

- En cuanto a las normas percentilares de la escala, se establecieron tres categorías, en las cuales se ubica un nivel bajo de igual o menor que 29; un nivel medio, mayor a 30 pero menor a 79 y nivel alto, mayor que 80 pero menor o igual a 100. En cuanto a los puntajes totales de la escala se aprecia que entre puntaje de 5 al 29 se encuentra el nivel bajo, nivel medio de 30 a 79 y el nivel alto puntaje entre 80 a 100.

## VII. RECOMENDACIONES

- Debido a la escasa construcción de escalas que existen para evaluar la variable en rubros empresariales, de negocios y ventas, e incluso en las diversas poblaciones y estatus social, se sugiere continuar con la creación de instrumentos de medición de actitud emprendedora, y de este modo, adquirir más escalas que evalúen características de emprendimiento en las personas, en beneficio de la selección de personal en las empresas y el emprendimiento personal.
- Debido a la situación de pandemia se tuvo que realizar la toma de los datos vía online, lo que resulto bastante práctico, ahorrando tiempo y esfuerzo, sin embargo, no se tuvo una interacción directa con los participantes, elemento de suma importancia en una evaluación psicométrica, por lo que se recomienda una futura aplicación del instrumento de manera presencial, con el objetivo de obtener resultados óptimos.
- Si bien los procesos psicométricos ejecutados resultan adecuados para obtener las evidencias de validez y confiabilidad, sería oportuno en futuras investigaciones realizar otros procedimientos estadísticos para el hallazgo de esta validez y confiabilidad, como la validez convergente divergente y la confiabilidad de test - retest.
- El instrumento que se ha desarrollado debido a su validez y confiabilidad podría ser utilizado en el ámbito organizacional para el asesoramiento y el desarrollo de programas que mejoren la actitud emprendedora de los jóvenes



**ANEXOS.**

**TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DEL VARIABLES**

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Actitud emprendedora	“La actitud emprendedora comprende a una persona con características de optimismo, persistencia, creatividad y proactividad, lo cual tiene más implicancia con su forma de ser, esforzándose por llevar a cabo cosas novedosas, sin copiar iniciativas de emprendimiento, o en todo caso innovando sobre	Implica la forma de ser del individuo, conducido por optimismo, persistencia, creatividad y proactividad, innovando lo existente e impactando a la sociedad, la cual se medirá a través de la escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social en estudiantes	Optimismo	Autoconfianza	Intervalo
				Pensamiento positivo	
				Motivación	
			Persistencia	Reconoce errores propios	
				Busca soluciones	
				Es constante en lo que hace	
			Creatividad	Genera ideas	
				Actitud imaginativa	
				Busca respuestas nuevas	
			Innovación	Ejecuta TICs	
				Genera cambios	
				Satisface necesidades	
				Facilita servicios	
Proactividad	Autocontrol emocional				

	lo que existe, con peculiaridades que impacten en la sociedad. (Durán-Aponte, 2016).	universitarios de Piura, 2020.		Adaptación a cambios	
				Reconoce oportunidades	
				Comportamiento anticipatorio	
			Autoestima	Autoaceptación	
				Conoce sus fortalezas	
				Conoce sus debilidades	
				Relaciones interpersonales adecuadas	

## FICHA TÉCNICA

Nombre técnico	:	Escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de la ciudad de Piura 2021
Autor (es) Creación	: : :	Saavedra Timaná Augusto Miller Sernaque Zapata Lisbeth Geraldine
Año de creación	:	2021
Lugar de procedencia	:	Piura, Perú
Forma de aplicación	:	Individual o colectiva
Población objetivo	:	Universitarios de la ciudad de Piura
Finalidad	:	Evaluación completa de la actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de la ciudad de Piura
Áreas que mide	:	Área cognitiva
Baremos: normas de interpretación	:	A nivel general y por dimensiones
Tiempo de duración	:	15 a 20 minutos
Material que contiene	:	Cuestionario digital

**ESCALA DE ACTITUD EMPRENDEDORA FRENTE AL CONFINAMIENTO SOCIAL EN UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE PIURA 2021**

Grado académico:		Ciclo/ año cursado:		Profesión:	
Fecha de evaluación:		Edad:	Género: M ( ) F ( )		Labora actualmente: SI ( ) No ( )
Universidad:					
<u>Instrucciones:</u>					
<p>Por medio de esta escala se pretende conocer su forma y frecuencia de actuar ante determinadas circunstancias, las cuales serán originadas de 49 ítems Se marca con un aspa (X) el recuadro que mejor crea conveniente se asemeje a su respuesta</p>					
Ítem	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Considero que tengo capacidad para conseguir el éxito, aunque la situación sea difícil					
2. De los tropiezos siempre soy capaz de levantarme					
3. No hay bien que por mal no venga					
4. Considero que el miedo no impide hacer cosas nuevas					
5. Ante un proceso de cambio siempre estoy motivado para conseguir mis objetivos					
6. Considero que los errores son parte del aprendizaje, aunque cueste aceptarlos					
7. De las reflexiones siempre se aperturan nuevos caminos					
8. Si el problema existe, la solución también					
9. La solución al problema no es pensar mucho, sino realizar las cosas					
10. En situaciones de crisis, la forma de pensar es lo que te hace diferente					

11. El que camina lento, siendo constante puede llegar muy lejos					
12. Si llegar a la cima fuera fácil, todos lograrían el éxito					
13. La persona exitosa surge con esfuerzo y dedicación					
14. Conectar con lo desconocido, puede traer cosas novedosas					
15. Considero que de lo ordinario puede surgir algo extraordinario					
16. Si no dejas volar a tu imaginación, la monotonía te atrapa					
17. Si lo tienes en tu mente puedes hacerlo realidad					
18. Hacer uso de la tecnología hace que el tiempo y la distancia no sean barreras para emprender					
19. Las personas usan diferentes herramientas para generar cambios y crecer					
20. Adaptarse a los cambios también implica evolucionar tecnológicamente					
21. Los cambios no son rutina, son la esencia de la vida					
22. Las oportunidades no vienen solas, depende de la transformación que hagas a menudo					
23. Hay tiempos para dejar que sucedan las cosas, y tiempos para hacer que las cosas sucedan					
24. El resultado de un buen emprendimiento, generará reconocimiento de otros					
25. El esfuerzo que hagas hoy en tu trabajo, será la lealtad que despiertes en otros mañana					
26. Hacer algo muy bien hará que los demás vuelvan a buscarte					
27. Todo es posible, solo deja que tu luz inspire a otros					

28. No se trata de asistir a los demás, sino de crear posibilidades de mejora					
29. Cree en lo que haces, y los demás confiarán en lo que vendes					
30. Ante una situación de crisis considero tener un adecuado manejo de emociones					
31. Considero que una crisis se transforma en oportunidad					
32. Una estrella fugaz surge hasta en la noche más oscura					
33. A veces los fracasos son la llave para abrir muchas puertas					
34. Creo que vale la pena sacrificar algo con el fin de obtener mucho					
35. Actuar anticipadamente, te permitirá estar un paso adelante					
36. Creo que mi estado físico es bueno a pesar de no ser perfecto					
37. Considero que acepto mi personalidad, con mis aspiraciones y miedos					
38. Considero que querer ser otra persona es malgastar la persona que somos					
39. Creo conocerme lo suficiente para definir que tengo habilidades, destrezas y capacidades que pocos poseen					
40. Considero tener potencial para emprender					
41. Considero que una de mis fortalezas es saber emprender y hacer que las cosas sucedan					
42. Considero que una de mis fortalezas es tener una actitud emprendedora					
43. Sé que si las cosas no salen como espero, no será el fin, sino un aprendizaje constructivo					
44. Considero que mis debilidades no son una desventaja para ser un emprendedor					

45. Más vale intentarlo y fracasar que tener la duda por siempre					
46. Considero que un conjunto de personas piensa mejor que una sola					
47. Creo llevarme bien con las personas que conozco					
48. Ante una situación de crisis trato de buscar ayuda si es necesario					
49. Es de humano pedir ayuda cuando se necesite					

**ENLACE DE GOOGLE FORMULARIOS**  
**ESCALA DE ACTITUD EMPRENDEDORA FRENTE AL**  
**CONFINAMIENTO SOCIAL EN UNIVERSITARIOS DE LA**  
**CIUDAD DE PIURA**

<https://forms.gle/EysdKpdigF4ctvTS7>

**PRINT DE PANTALLA**



Escala de actitud emprendedora frente  
al confinamiento social en universitarios  
de la ciudad de Piura

A continuación se le presentará una serie de cuestionarios, lea con mucha atención y marque la alternativa que usted crea conveniente con total sinceridad.

[Iniciar sesión en Google](#) para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

[Siguiente](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

Estimado/a estudiante:

Le saludan Augusto Miller Saavedra Timaná y Lisbeth Geraldine Sernaque Zapata, estudiantes del XI ciclo de la carrera profesional de Psicología, quienes al mismo tiempo estamos creando la siguiente escala para poder obtener el grado de Licenciatura.

Si usted desea formar parte de esta investigación, es relevante mencionar que tu participación es voluntaria y anónima. Así mismo, los datos obtenidos serán tratados con total confidencialidad, la presente investigación se realiza únicamente con fines académicos.

El proceso del presente estudio consta de seis cuestionarios breves, con una duración aproximada de 10 a 15 minutos.

Acepto participar voluntariamente \*

Sí

No

[Atrás](#)

[Siguiete](#)

[Borrar formulario](#)

**AUTORIZACIÓN DE USO DEL INSTRUMENTO**  
**“ESCALA DE ACTITUD EMPRENDEDORA FRENTE AL CONFINAMIENTO**  
**SOCIAL EN UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE PIURA, 2020”**

Nosotros, Saavedra Timaná Augusto Miller y Sernaque Zapata Lisbeth Geraldine autores originales de la **Escala de actitud emprendedora frente al confinamiento social en universitarios de la ciudad de Piura, 2020.**

Autorizamos el uso del instrumento psicométrico creado, con el fin de seguir contribuyendo a futuras investigaciones relacionadas con la variable establecida. Asimismo, establecemos que el instrumento sea utilizado sin fines de lucro, y que los autores sean citados y notificados vía correo electrónico a [lissernaquezapata@gmail.com](mailto:lissernaquezapata@gmail.com) y [miller.saavedrat@gmail.com](mailto:miller.saavedrat@gmail.com); en caso se presente alguna situación fortuita.

Se entrega la siguiente autorización según lo determinado anteriormente.

Piura, 02 de diciembre del 2021.

## REFERENCIAS:

- Aignerren Aburto, J. M. (2008). Técnicas de medición por medio de escalas. *Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas*, 18, 1–25. <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/2724>
- Allport, G. W. (1935). Attitudes in Handbook of Social Psychology. *Murchison (Ed.)*, 799–844. <https://es.scribd.com/document/333120405/Allport-G-W-1935-Attitudes-in-Handbook-of-Social-Psychology-C-Murchison-798-844>
- Bandura, A. (1987). Teoría del Aprendizaje Social. *Espasa-Calpe*, 4, 254–268. <https://es.scribd.com/doc/161936607/Albert-Bandura-Teoria-del-aprendizaje-social-Parte-1>
- Bejerano, F. (2006). Gestión de la Innovación: Una visión actualizada para el contexto iberoamericano. In *Editorial Academia* (Vol. 1). <https://docplayer.es/45897996-Gestion-de-la-innovacion-una-vision-actualizada-para-el-contexto-iberoamericano.html>
- Blackman, A. J. (2004). *Entrepreneurs: Interrelationships Between Their Characteristics, Values, Expectations, Management Practices and SME Performance* [Grado de doctor en filosofía]. Griffith University <https://doi.org/https://doi.org/10.25904/1912/2595>
- Bretones, F., & Radrigán, M. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 11–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12668>
- Canales García, R. A., Román Sánchez, Y. G., & Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos En La Sociedad Del Conocimiento*, 5, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Córdova, C. F. (5 de abril de 2019). UPAO ya tiene 7 mil estudiantes en su campus de Piura. *InfoMercado*. <https://infomercado.pe/upao-ya-tiene-7-mil-estudiantes-en-su-campus-de-piura/>

- Dall'Oste, F. (2020). Oportuncrisis: el mundo de los emprendedores. en *Revista ECONO*, 38-41. <https://revistas.unlp.edu.ar/econo/article/view/10356>
- Delome, C. K., Odizzio, A. B., & León, R. V. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. en *Revista Journal of Technology Management & Innovation*, 84-92. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242018000400084>
- Duran, E., & Arias, D. (2016). Entrepreneurial attitude and emotional styles. Contributions to the design of the training of future entrepreneurs. en *Revista Gestión de la Educación*, 6(2), 83-102. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gstedu/article/view/25490>
- Espíritu, R., & Sastre, M. (2011). Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España. en *Revista ResearchGate*, 3-15. [https://www.researchgate.net/publication/38320122\\_Factores\\_explicativos\\_sobre\\_la\\_actitud\\_emprendedora\\_de\\_los\\_estudiantes\\_universitarios\\_de\\_la\\_comunidad\\_de\\_Madrid\\_Espana](https://www.researchgate.net/publication/38320122_Factores_explicativos_sobre_la_actitud_emprendedora_de_los_estudiantes_universitarios_de_la_comunidad_de_Madrid_Espana)
- Fernandez, L., & Remaycuna, A. (2020). *Construcción y procesos psicométricos de una escala de actitudes frente a la corrupción en jóvenes universitarios de la ciudad de Piura* [Tesis doctoral, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52854>
- Consejo Nacional de Competitividad y Formalización (2019). *Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019-2030*, pág 7. [https://www.mef.gob.pe/concdecompetividad/Plan\\_Nacional\\_de\\_Competitividad\\_y\\_Productividad\\_PNCP.pdf](https://www.mef.gob.pe/concdecompetividad/Plan_Nacional_de_Competitividad_y_Productividad_PNCP.pdf)
- Formichella, M. (2004). EL concepto de emprendimiento y su relacion con la Educacion, el empleo y el desarrollo local. [Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria- Buenos Aires]. Repositorio del Instituto Nacional de tecnología Agropecuaria.

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

García, R. F. (2014). *Actitudes y comportamiento social* . [Universitat Jaume].  
Repositorio Universitat Jaume I. <http://hdl.handle.net/10234/106155>

Hernandez Sampieri , R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010).  
*Metodología de la investigación* (5ta ed) . Editorial McGRAW-HILL /  
INTERAMERICANA EDITORES. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014).  
Selección de la muestra. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & P. Baptista Lucio (Eds), *Metodología de la Investigación 6ta edición* (págs. 170-191). Mexico: Espacio de Formación Multimodal.

Ignasi Martí, J. M. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *en Revista of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>

Instituto Nacional de Estadística e Informática, I. (2017). *Compendio estadístico Piura 2017*. Piura.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1505/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1505/libro.pdf)

Laca, F. (2005). Actitudes y comportamientos en las situaciones de conflicto. *en Revista enseñanza e investigación en psicología*, 10(1), 117-126.  
<https://www.redalyc.org/pdf/292/29210108.pdf>

León, J. L., & Rodríguez, T. C. (2017 ). El coeficiente Omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *en Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15(1), 625-627.  
<https://www.redalyc.org/pdf/773/77349627039.pdf>

Lloret, S. S., Adoracion Ferreres, T., Hernandez, A., & Tomas, I. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: una guía práctica, revisada y

- actualizada. en *Revista Anales de Psicología* . 30(3), 1151-1169.  
<https://www.redalyc.org/pdf/167/16731690031.pdf>
- Mair J. & Martí I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction. en *Revista Journal of World Business*, 41(1), 36-44. DOI:[10.1016/j.jwb.2005.09.002](https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002)
- Margarita Varela Ruiz, T. V. (2012). La motivación: elemento indispensable en la formación de los médicos. en *Revista de la Facultad de Medicina*, 55(1), 43-50. <http://www.scielo.org.mx/pdf/facmed/v55n1/v55n1a9.pdf>
- María Ortego; Santiago López; María Alvarez . (2011). *Tema 5: Las actitudes. Ciencias Psicosociales.* Universidad de Cantabria, 2011. [https://ocw.unican.es/pluginfile.php/1420/course/section/1836/tema\\_04.pdf](https://ocw.unican.es/pluginfile.php/1420/course/section/1836/tema_04.pdf)
- Martinez , F., & Carmona, G. (2009). Aproximacion al concepto de "Competencias emprendedoras" Valor social e implicaciones educativas Reice. en *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educacion*.7(3),82-98.  
<http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol7num3/art6.pdf>
- Martinez, J. (25 de Julio de 2017).Qué esta estancando el emprendimiento peruano?.*Mba&Educación*.  
<https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/que-esta-estancando-el-emprendimiento-peruano>
- Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. en *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 66(0), 153-168.  
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>
- Montero, I., & Leon, O. (2005). Sistema de clasificación del método en los informes de investigación en psicología. en *Revista internacional de*

*psicología clínica y de la salud*, 5(1), 115-127.  
<https://www.redalyc.org/pdf/337/33701007.pdf>

Mora Pabón, Ricardo. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon. *en Revista Escuela de Administración de Negocios* 71(0), 70-83. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157006.pdf>

Murcia Gandara, G., Alonso Palacio, L. M., Murcia Gandara, J., Herrera Pertuz, D., Gómez Guzmán, D., Comas Vargas, M., & Ariza Theran, P. (2007). Self esteem and interpersonal relationships among freshmen in the collage of Health Science at Universidad del Norte, Barranquilla (Colombia). *en Revista Salud Uninorte* 23(1), 32-42.  
<https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/salud/article/view/4052>

Nunes Baptista, M., Garcia Capitão, C., & Alba Scortegagna, S. (2006). Evaluación psicológica en la salud: contextos actuales. *en Revista Centro de investigación de Alimentacion y desarrollo*, 15(28), 139-157.  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v14n28/v14n28a5.pdf>

Olaza, T. T. (2017). *Propiedades psicométricas de la escala de Actitud emprendedora en jóvenes universitarios de Chimbote*. [Tesis para obtener el titutto de licenciada en Psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/10283>

Oliver, A., & Galiana, L. (2015). Development and Validation of the Escala de Actitudes Emprendedoras para estudiantes (EASS). *en Revista The Spanish Journal of Psychology*, 18(14),1-10.  
<https://doi.org/10.1017/sjp.2015.14>

Ortiz, S. (2019). *Propiedades psicometricas de la Escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad publica de Lima, 2018*. [Tesis para obtener el grado academico de licenciado en Psicologia, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio de la universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29824>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling Techniques on a Population Study. *en Revista International Journal of Morphology*, 35(1) , 227-232.  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.

- OIT-Organización internacional del trabajo & PNUD- Programa de las naciones unidas para el desarrollo (2016) Promoción del emprendimiento y la innovación social juvenil en América Latina. file:///C:/Users/HP/Downloads/UNDP\_RBLAC\_JovenesEmp.pdf
- Pabon, R. (2011). Study of Entrepreneurial Attitudes of Professionals who Create their own Companies. *en Revista Escuela de Administracion de Negocios*, 71(0), 70-83. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157006.pdf>
- Pineda, E. B., de Alvarado, E. L., & de Canales, F. H. (1994). Metodología de la investigación "Manual para el desarrollo de personal de salud". En E. B. Pineda, E. L. de Alvarado, & F. H. de Canales, *Metodología de la investigación* (pág. 108). Washington: Copyright Organización Panamericana de la Salud 1994. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Manual%20para%20el%20Desarrollo%20de%20Personal%20de%20Salud.pdf>
- Redacción PQS. (2016). *Premios PQS: 5 años promoviendo el emprendimiento en el Perú*. Portal de los emprendedores-PQS <https://pqs.pe/emprendimiento/el-premio-pqs-5-anos-promoviendo-el-emprendimiento-en-el-peru/>
- Rojas, S. E. (2018). *Propiedades psicométricas de la escala de actitud emprendedora en estudiantes de una universidad pública de Lima, 2018*. [Tesis para obtener el título de licenciada en psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29824/Ortiz\\_RSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29824/Ortiz_RSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rosell, A. C. (01 de Diciembre de 2016). *Interesantes indicadores de emprendimiento en Perú*. Blog de la universidad privada del norte. <https://blogs.upn.edu.pe/negocios/interesantes-indicadores-de-emprendimiento-en-el-peru/>



- Rubia, J. M. (2021). Revisión de los criterios para validez convergente estimada a través de la Varianza Media Extraída. *en Revista Psychologia Avances de la Disciplina.* 13(2),25-41. <http://www.scielo.org.co/pdf/psych/v13n2/1900-2386-psych-13-02-25.pdf>
- Ruiz, F. (2002). Actitudes. *en revistas Eúphoros,* 5(0), 173-184. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1181505>
- Ruíz, T. F., Rivero, M. P., & Velásquez, M. V. (2015). Resiliencia como componente de la actitud emprendedora de los jóvenes universitarios. *en Revista de Educacion y Desarrollo Social,*9(1), 160-183. DOI: <https://doi.org/10.18359/reds.558>
- Ruiz, V., Varela, V., & Goes, F. V. (2012). La motivación: elemento indispensable en la formación de los médicos. *en Revista de la Facultad de Medicina.* 55(1), 43-51. <http://www.scielo.org.mx/pdf/facmed/v55n1/v55n1a9.pdf>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor.* ESAN. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2020/global-entrepreneurship-monitor-peru-2018-2019/>
- Snyder, M. (1987). *A series of books in psychology. Public appearances, private realities: The psychology of self-monitoring.* W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Tarazona, D. (2005). Autoestima, satisfacción con la vida y condiciones de habitabilidad en adolescentes estudiantes de quinto año de media. Un estudio factorial según pobreza y sexo. *en Revista de Investigación en Psicología,* 8(2), 57-65. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v8i2.4048>
- Tarqui, V. (15 de octubre de 2019). Perú es el quinto país con mayor número de emprendimientos a nivel mundial. *Agencia Peruana de Noticias.* <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-es-quinto-pais-mayor-numero-emprendimientos-a-nivel-mundial-769858.aspx>

- Ubillos, S., Mayordomo, S., & Páez, D. (2004). *Psicología social, cultura y educación*. Pearson Prentice Hall.  
<https://www.ehu.es/documents/1463215/1504276/Capitulo+X.pdf>
- Valero, S. (2013). *Transformacion e interpretación de las puntuaciones*. Universitat Oberta de Catalunya, 9-22.  
[http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/69325/1/Psicometr%C3%ADa\\_M%C3%B3dulo%204\\_Transformaci%C3%B3n%20e%20interpretaci%C3%B3n%20de%20las%20puntuaciones.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/69325/1/Psicometr%C3%ADa_M%C3%B3dulo%204_Transformaci%C3%B3n%20e%20interpretaci%C3%B3n%20de%20las%20puntuaciones.pdf)
- Vargas, M., Valle, B., Fuentes, M., & Terán, E. (2018). Innovación Tecnológica y Competitividad Empresarial con Responsabilidad Social: Factores estratégicos en los emprendimientos de la provincia de los rios, Ecuador. *en Revista MEMORALIA: Edición Especial Encuentro Internacional Estudios Avanzados UNELLEZ*, 163-174.  
<http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/especial/Articulo%2021.pdf>
- Vásquez, A. S. (2019). *Propiedades psicométricas de la Escala de Actitud Emprendedora (E.A.E) en estudiantes de institutos superiores tecnológicos privados de Huaral, 2019*. [Tesis para obtener el título profesional de licenciada en psicología, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41464/Tenorio\\_VAS.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41464/Tenorio_VAS.pdf?sequence=5&isAllowed=y)