



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROPIEDADES PSICOMÉTRICAS DE
UNA ESCALA DE MEDICIÓN DE
ACTITUDES HACIA EL
EMPRENDIMIENTO EN MYPES DE LA
CIUDAD DE HUANCAYO.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

MICHEL SAENZ PAITAN

LIMA – PERÚ

2021

MIEMBROS DEL JURADO

Lic. Elisa Beatriz Jefferson Morales
Presidente

Lic. Giuliana Salazar Álvarez
Vocal

Lic. Victoria de Jesús Vigo Fernández-Prada
Secretaria

ASESOR DE TESIS

Mg. Geraldine Salazar Vargas

DEDICATORIA

A mis padres, siempre.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida.

A mi familia por la paciencia.

A mis amigos.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

ABSTRACT

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
2.1	Identificación del problema	3
2.2	Justificación e importancia del problema	5
2.3	Limitaciones de la investigación	7
2.4	Objetivo de la investigación	8
2.4.1	Objetivo general:	8
2.4.2	Objetivos específicos:	8
III.	MARCO TEÓRICO	9
3.1	Aspectos conceptuales pertinentes	9
3.1.1	Antecedentes en el estudio del emprendimiento	9
3.1.2	Definición de Actitud	11
3.1.3	Teorías relacionadas a la construcción de las actitudes	13
3.1.4	Medición de las actitudes	16
3.1.5	Propiedades psicométricas de los instrumentos de medición	17
3.1.5.1	Teoría de los test	17
3.1.5.2	Confiabilidad de un test	17
3.1.5.3	Validez de un instrumento	19

3.1.6	Definición del emprendimiento	21
3.1.7	Enfoques en el estudio del emprendimiento	23
3.1.8	Modelo integral del espíritu emprendedor de Rauch y Frese (2007)	27
3.1.9	Actitud emprendedora	28
3.1.10	Definición de emprendedor	30
3.1.11	Tipos de emprendedores	31
3.1.12	El proceso emprendedor	35
3.1.13	Definición de MYPE	37
3.2	Definiciones conceptuales y operacionales de variables	38
3.2.1	Definición conceptual de variables	38
3.2.2	Definición operacional de las variables	40
3.3	Investigaciones en torno al problema, nacionales e internacionales	46
3.3.1	Investigaciones nacionales	46
3.3.2	Investigaciones internacionales	48
IV.	METODOLOGÍA	50
4.1	Nivel y tipo de investigación	50
4.2	Diseño de la investigación	50
4.3	Descripción de la población	50
4.4	Naturaleza de la población	51
4.4.1	Tamaño de la población.	51
4.5	Participantes	53
4.6	Método de muestreo	53

4.7	Criterios de inclusión y exclusión	54
4.7.1	Criterios de inclusión	54
4.7.2	Criterio de exclusión	54
4.8	Consideraciones Éticas	54
4.9	Descripción del instrumento	55
4.10	Procedimiento	56
4.11	Análisis de datos	57
V.	RESULTADOS	59
VI.	DISCUSIÓN	78
VII.	CONCLUSIONES	83
VIII.	RECOMENDACIONES	84
	REFERENCIAS	86

RESUMEN

El propósito de la investigación fue determinar las propiedades de una escala de medición de actitudes hacia el emprendimiento en mypes de la ciudad de Huancayo. El nivel de la investigación es básico y el tipo de investigación es descriptiva no experimental. La población estuvo conformada por 601 emprendedores de la ciudad de Huancayo, 294 personas de sexo femenino y 307 de sexo masculino; se trabajó con la población total. En la investigación se sometió al instrumento al criterio de diez jueces expertos con la finalidad de obtener la validez de contenido y semántica de la escala para 26 ítems. La confiabilidad se evaluó mediante el Alpha de Cronbach obteniendo un puntaje de 0.917. La validez del constructo se evaluó mediante el Análisis Factorial obteniendo la creación de cuatro dimensiones. En relación a la baremación se obtiene una distribución no normal; lo que señala que existen percentiles diferentes en relación a género (hombres, mujeres) y formación académica.

Palabras clave: Actitudes hacia el emprendimiento, emprendimiento, actitudes, mypes, provincia.

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the properties of a scale for measuring attitudes towards entrepreneurship in mypes of the city of Huancayo. The level of research is basic, and the type of research is descriptive, not experimental. The population was made up of 601 entrepreneurs from the city of Huancayo, 294 female and 307 males; we worked with the total population. In the research, the instrument was subjected to the criteria of ten expert judges in order to obtain the content and semantic validity of the scale for 26 items. Reliability was evaluated using Cronbach's alpha, obtaining a score of 0.917. The validity of the construct was evaluated by Factorial Analysis obtaining the creation of four dimensions. In relation to the scale, a non-normal distribution is obtained, which indicates that there are different percentiles in relation to gender (men, women) and academic training.

Keywords: Attitudes towards entrepreneurship, entrepreneurship, attitudes, mypes, province.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo determinar las propiedades psicométricas de una escala de medición de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo. En la actualidad, la actividad emprendedora se encuentra en pleno crecimiento en nuestro país, como lo señala el informe del Ministerio de Trabajo en el año 2017 y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el año 2020. En provincia se evidencia un incremento de la actividad emprendedora en 10% desde el año 2002 de acuerdo al informe del Ministerio de Trabajo (2020) y Banco de la Nación (2017).

Investigadores peruanos señalan la importancia de estudiar la actitud emprendedora. De acuerdo a Loli (2010), identificar las competencias personales que predisponen la acción emprendedora permite la creación de programas que desarrollen o promuevan estas habilidades. Para Del Carpio (2010), el estudio de las variables personales que experimenta el sujeto cuando emprende permite promover y desarrollar tales competencias.

Cáceres y Ramos (2017) puntualizan la necesidad de explorar el fenómeno del emprendimiento en provincias debido al crecimiento sostenidos en estas regiones. La Asociación Peruana de Emprendedores (2016) y el Ministerio de Trabajo (2017) también observan el crecimiento del emprendimiento en otras regiones del Perú, diferentes a Lima, y mencionan la necesidad de continuar el trabajo académico en esta población. Coincide Solórzano (2015) quien evidencia un incremento constante del 10% en la actividad económica en Huancayo y provincias. Sin embargo, existe una

observación sobre la actividad académica en relación a las actitudes hacia el emprendimiento.

En la actualidad, la mayoría de las investigaciones sobre las actitudes hacia el emprendimiento se realizan con instrumentos psicométricos aplicados en la población universitaria. Como lo menciona Zorrilla (2013) y Loli (2010) es importante el estudio del constructo en emprendedores activos, quienes se diferencian de la población universitaria puesto que tienen una perspectiva más cercana a la realidad de las actividades vinculadas con el quehacer de emprender. Por consiguiente, la presente investigación trabaja con una población de emprendedores de la ciudad de Huancayo con más de dos años de actividad.

La metodología empleada inicia con establecer los objetivos de la investigación; generales y específicos, limitaciones, marco teórico, metodología, resultados, discusión y conclusiones. Para lograr el objetivo general y establecer las propiedades psicométricas del instrumento, así como los objetivos específicos y obtener la validez de contenido, constructo y baremación, se sometió al instrumento al criterio de jueces expertos y al análisis factorial, así como otros estadísticos señalados en la investigación.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Identificación del problema

El emprendimiento es un fenómeno económico de crecimiento. De acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor Latinoamérica (GEM, 2015) existe un crecimiento de 28% de la actividad emprendedora desde el año 2000. La Red Latinoamericana de Economía de la Innovación y el Emprendimiento (2017) indica un crecimiento de 34% hasta el 2017. En las regiones sudamericanas y Del Caribe el Banco de Desarrollo de Latinoamérica (2015) indica un 17% de la actividad emprendedora.

En relación con nuestro país, El Banco Mundial (2014) señala al Perú como la quinta economía con mayor incremento de emprendimiento a nivel internacional; ocupando el segundo lugar en Latinoamérica. Asimismo, el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (2015) indica que un 97% de la actividad económica en Perú reside en emprendimientos generados por sujetos de 18 a 64 años. Según el informe sobre políticas del GEM (2017) 25 de cada 100 ciudadanos peruanos se encuentra involucrado en una actividad emprendedora y agrega el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2015) un crecimiento de la actividad emprendedora en Lima y provincias de 9,3%.

Sin embargo, se observa una desaceleración de la actividad emprendedora como lo señala el informe del Centro de Desarrollo (2017) el cual evidencia un declive global en la actividad emprendedora en Latinoamérica del 0.01%. Agrega La Organización Internacional del Trabajo (2015) que 15% de emprendimientos fracasa antes del tercer año. En Perú, el

informe del GEM (2017) señala un declive de la actividad emprendedora en Lima y provincias, data que coincide con la presentada por Solórzano (2015) y El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2017) en los cuales se indica que un 54% de los emprendimientos peruanos fracasa antes de culminar el cuarto año.

En nuestro país, las causas del fracaso en el emprendimiento han sido analizadas desde diferentes ciencias. Muñoz et al., (2012) estudian las variables socioeconómicas que influyen en el éxito o fracaso de un emprendimiento y la ONU Mujeres, en alianza con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2017), analizan la desaceleración del emprendimiento desde una perspectiva de género. No obstante, es necesario un análisis de los componentes de las actitudes hacia el emprendimiento como lo señala Loli (2012) quien encuentra una relación significativa entre las actitudes frente al emprendimiento y la posibilidad de éxito de la acción emprendedora. Coincide Zorrilla (2013) el cual señala una correlación positiva entre actitudes favorables hacia el emprendimiento y el éxito de la acción emprendedora a mediano plazo.

Para Maluk (2014) existe una carencia de instrumentos psicométricos validados que permitan continuar el estudio de las actitudes hacia emprender. Concuerdan Durán y Arís (2015) quienes señalan que existe carencia actual de instrumentos que permitan el estudio de las cogniciones, conductas y afectos que promueven el emprendimiento. Es importante destacar que en nuestro país se han elaborado instrumentos para la medición de las actitudes hacia el emprendimiento; sin embargo, se encuentran diseñados y validados

para la población universitaria. Como lo menciona Amezquita (2015), si bien el estudio del emprendimiento en universitarios permite predecir un futuro comportamiento emprendedor; el estudio de las actitudes hacia el emprendimiento en emprendedores activos ofrece información ofrece la ventaja de explorar las actitudes frente al emprendimiento sin sesgos puesto que este tipo de emprendedores, a diferencia de la población universitaria, ya conocen los aspectos favorables y/o dificultades de la acción de emprender.

Por consiguiente, determinar las propiedades psicométricas de un instrumento de medición de actitudes hacia el emprendimiento en emprendedores activos (emprendedores con más de tres años en la actividad emprendedora) permitirá continuar la investigación del constructo, obtener información estadísticamente confiable para el diseño y ejecución de programas de promoción del emprendimiento así como adoptar estrategias de educación psicológica con la finalidad de prever posibles casos de fracaso en los emprendedores.

2.2 Justificación e importancia del problema

Si bien el estudio del emprendimiento se ha incrementado desde Loli (2012), se observa que existe una carencia de instrumentos psicométricos validados en el país para la medición de las actitudes emprendedoras. Para Maza y Villanueva (2019) hallar las propiedades psicométricas de instrumentos que evalúen las actitudes emprendedoras permite la estandarización de los resultados y, por consiguiente, descentralizar el estudio del constructo. Cumpa (2019) señala que la validación de instrumentos psicométricos permite el desarrollo de investigaciones longitudinales y, de

esa forma, comprender la evolución de las actitudes hacia emprender. Agrega Lizo de Río (2018) que la construcción de instrumentos en la realidad peruana puede incrementar la confiabilidad de la prueba. La importancia del estudio a nivel científico radica en que proporciona una herramienta de medición de las actitudes hacia el emprendimiento con validez estadística, necesaria para futuras investigaciones.

Por otro lado, se observa que también existe escasez de instrumentos psicométricos validados para la población de emprendedores activos (Vásquez, 2020). De acuerdo a Cortado de Kohan (2002) obtener las propiedades psicométricas para esta población permite profundizar en las diferencias particulares individuales de este grupo, incrementa la capacidad predictiva del instrumento y promueve la matematización de los resultados en beneficio de la objetividad de los hallazgos. La urgencia de hallar las propiedades psicométricas en emprendedores activos residentes en provincia no solo proviene del incremento de la actividad emprendedora en estas regiones, sino de la observación de que el país es un territorio transcultural, que demanda la observación de las particularidades que cada región ofrece (León, 2009). Coinciden con esta afirmación Farfán (2017) y Agramonte (2016) quienes señalan que encontrar las propiedades psicométricas en la población de emprendedores activos en provincia permite una aproximación más realista de dicho fenómeno, lo que nos permite encontrar con mayor precisión las diferencias y/o similitudes que experimentan las personas cuando emprenden, de acuerdo a las variables demográficas como sexo, formación académica y lugar de nacimiento, etc. Debido a lo mencionado, el

aporte social de la investigación radica en la construcción de un psicométrico que permita una evaluación del constructo de las actitudes hacia emprender adaptado a la realidad del emprendedor residente en provincia; descentralizando el estudio de las actitudes. De esta forma se busca contribuir a la exactitud en el estudio del emprendimiento en provincia y obtener información objetiva para la creación de estrategias futuras.

2.3 Limitaciones de la investigación

Las limitaciones presentes en la investigación son las siguientes:

- Poca disponibilidad de tiempo para contestar el cuestionario debido a exigencias de la actividad emprendedora.
- No hay suficientes investigaciones sobre el tema.

2.4 Objetivo de la investigación

2.4.1 Objetivo general:

Establecer las propiedades psicométricas de una escala de medición del constructo de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.

2.4.2 Objetivos específicos:

Identificar la validez de contenido de una escala de medición del constructo de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.

- Identificar la validez del constructo de una escala de medición del constructo de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.
- Identificar la confiabilidad de una escala de medición del constructo de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.
- Identificar la baremación de una escala de medición del constructo de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 Aspectos conceptuales pertinentes

3.1.1 Antecedentes en el estudio del emprendimiento

Para Alvarado (2010) el estudio del emprendimiento se inició en Schumpeter, quien describe las características que debe poseer un emprendedor y estudia el comportamiento del individuo dentro del ecosistema emprendedor. Para Vallmitjana (2012) el estudio de las variables emocionales, cognitivas y comportamentales que inhiben o promueven la conducta emprendedora se inician de la mano de Christensen, Madsen y Peterson (1994).

Zuluaga (2010) afirma que Schumpeter es el padre del estudio del emprendimiento, aunque menciona que se pueden encontrar otras investigaciones desde los siglos XVII y XIX y señala que, históricamente, el emprendimiento atraviesa cuatro etapas: En la primera etapa el objetivo era entender y conceptualizar el constructo; en la segunda etapa destacan los estudios de Max Weber en conjunto con economistas, sociólogos y otros especialistas; la tercera etapa se destaca por la variedad de teorías alrededor del constructo y la cuarta etapa inicia el estudio del emprendimiento a manos de las ciencias empresariales, economía y psicología.

Rivera (2011) también señala a Schumpeter como pionero en el estudio del emprendimiento y menciona que los estudios subsiguientes a su periodo se focalizaron en la dimensión de

innovación y el proceso de la actividad emprendedora. Para Marshall (1842) a inicios de los años 80 el estudio del emprendimiento se centró en el cómo las organizaciones generan riqueza y en el análisis de las oportunidades que ofrece el mercado.

Para Vallmitjana (2012) la evolución histórica del emprendimiento puede explicarse en cinco etapas:

- Durante la etapa que comprende los siglos XVII y XIX se estudia la actividad emprendedora como mecanismo para generar riqueza, por consiguiente, el análisis durante ese tiempo es realizado por economistas destacando entre ellos Cantillon quien le asigna al sujeto que emprende el nombre de “entrepreneur”.
- En la segunda etapa (Siglo XX) se empieza a estudiar el impacto de la tecnología en el emprendimiento y se realiza un análisis académico del emprendedor. Es en esta etapa en que la figura de Schumpeter cobra fuerza puesto que es este investigador quien sugiere que un rasgo primordial en el emprendedor es la innovación y redacta artículos en coordinador con la Universidad de Harvard en la cual estudia la construcción del carácter del emprendedor y su impacto socioeconómico.
- En la tercera etapa los investigadores prestan su atención al proceso de creación de una empresa, los diferentes tipos de emprendimiento y se empiezan a ofrecer cursos de

capacitación en diferentes partes de Norteamérica y Europa con la finalidad de promover la actividad emprendedora como el Small Business (1958) organización que se crea en EEUU con la finalidad de impulsar a los microempresarios de la Universidad de Colorado o el International Council for Small Business (ICSB) cuya finalidad era compartir los estudios multidisciplinarios de investigadores de la época.

- La cuarta etapa comprende los años ochenta y principios de los años noventa y estudia el impacto del emprendimiento en la economía y su capacidad para generar puestos de trabajo, así como también se hace frecuente el uso del término "entrepreneur" y se fundan instituciones cuya finalidad es el estudio y promoción de este. En paralelo, a inicios de 1998 la Comisión Europea define el emprendimiento como el proceso por el cual el sujeto observa las oportunidades del entorno y crea estrategias para la generación de riqueza.

3.1.2 Definición de Actitud

Acorde a Allport (1954) la actitud es definida como la disposición psíquica del sujeto a raíz de su experiencia la cual acciona sus respuestas ante objetos y situaciones. Para Dreezens et al., (2005, citados por España, 2008) las actitudes son descritas como tendencias psicológicas que engloban cogniciones, emociones y acciones. Lambert (1980) indica que la actitud se encuentra conformada por el aspecto cognitivo, afectivo y comportamental. Para Hogg y Vaughan

(2010) la actitud está conformada por la experiencia previa del sujeto y prepara el estado mental de la persona antes del encuentro con el objeto u evento.

Briñol (2009) explica que de la interacción entre la persona y el ambiente nace la actitud hacia un objeto o evento puede oscilar entre una valoración positiva o negativa. Morales (2012) agrega a este concepto la variable socialización ya que señala que la actitud se retroalimenta del contacto social; es decir, el sujeto ve los comportamientos y afectos que sus pares despliegan hacia un objeto y lo replica.

Los diversos investigadores coinciden en segmentar la actitud en tres componentes: Cognitivo, afectivo y conductual (Vallerand, 1994). Briñol (2009) describe al componente cognitivo como el aspecto que engloba las ideas y pensamientos del sujeto hacia un tema u objeto mientras que Becker (1987) describe al componente cognitivo como estructuras de ideas direccionadas hacia un objeto o evento las cuales son observables mediante percepciones y declaraciones verbales. El componente afectivo, en cambio, engloba los sentimientos que experimenta la persona frente a determinado objeto (Briñol, 2009) y se evidenciado mediante las declaraciones verbales relacionadas con el afecto y estado anímico que la persona expresa ante un evento (Brecker, 1984 citado por Romero–Bojórquez et al., 2014). Finalmente, el componente conductual describe las conductas predisuestas de acercamiento o rechazo hacia la situación

u objeto (Briñol, 2009). Para Jiménez (2009) el componente afectivo es entendido como las emociones que el sujeto procesa cuando se encuentra frente a un objeto o situación, el componente cognitivo se describe cómo las percepciones de las personas hacia el objeto y el componente conductual describe la tendencia conductual hacia un objeto o situación.

Finalmente, Briñol (2009) menciona el término *objetivo de la actitud* el cual indica el objeto hacia el cual se dirige un comportamiento. En relación al comportamiento, para Gardner (1995) es un componente primordial de la actitud. Albarracín et al., (2010) coinciden con esta definición y agregan que la actitud funciona como predictor del comportamiento. Para Blanco (2005) la medición de las actitudes permite cuantificar las percepciones, emociones, cogniciones y conductas del sujeto. Morales (2012) menciona tres tipos de escalas utilizadas con mayor frecuencia en la medición de las actitudes: Thurstone, Likert y Guttman las cuales miden los diversos grados de intensidad en las actitudes. Finalmente, para Sampieri (1999, citado por Mejía, 2011) la cuantificación de la actitud se realiza mediante un instrumento validado y la intensidad en la medición oscila entre dirección, de menos a más, e intensidad, de mayor a menor.

3.1.3 Teorías relacionadas a la construcción de las actitudes

- Condicionamiento Clásico: Para Staats y Staats (1958, citado por Jiménez, 2008) una actitud se forma de la interacción del sujeto

con su entorno y es alimentada por las respuestas positivas y/o negativas que encuentra en su ambiente. No obstante, Pérez y Cruz (2003) señalan que existen otras variables importantes en la formación de la actitud como son los estímulos condicionados y rasgos de personalidad inherentes del sujeto.

- Condicionamiento instrumental de las actitudes: Verplnack (1955) nos indica que una actitud se retroalimenta de las respuestas positivas y negativas que obtiene del entorno; dándole gran importancia a los refuerzos verbales.
- Disonancia Cognitiva: Según esta teoría la actitud se construye cuando el sujeto experimenta displacer hacia determinado objeto o evento. Cuando esto acontece, con la finalidad de recuperar el estado de homeostasis; la persona activa comportamientos, experimenta conductas y construye cogniciones que, al ser repetidas en el tiempo, forman las actitudes (Pérez; Cruz, 2003). Para Cialdini, Trost y Newsom (1995) esta teoría cobraría sentido en un contexto en el cual los ciudadanos requieren de gran necesidad de contención u ofrecen poca tolerancia a la frustración.
- Autopercepción de Bem. Para Bem (1980) la construcción de las actitudes se desarrolla debido a que el sujeto realiza un análisis crítico de su conducta y esto exige de la persona una gran capacidad de autocrítica. El autor agrega que la disonancia cognitiva se produce cuando el sujeto aún no tiene una

personalidad lo suficientemente sólida para generar sus propias conclusiones.

- Sesgo de búsqueda: Para Janis (1968, citado por Da Fonseca, 2015) los sujetos buscan información para reforzar conductas que han seleccionado de antemano. Por consiguiente, Janis concluye que en lugar de ser las cogniciones las que modifican la conducta es esta última la que puede modificar a las cogniciones.
- Teoría de la Autovalidación: Las personas validan mediante sus conductas sus cogniciones y viceversa (Gandarilla; Briñol, 2010)
- Teoría de la Acción Razonada: El comportamiento es influenciado por la actitud que el sujeto tiene hacia la conducta. Por ende, la persona actúa de acuerdo con las actitudes hacia determinada situación u objeto y dicha actitud se retroalimenta del resultado que espera obtener (Gandarilla; Briñol, 2010). Agregan Ajzen y Fishbein (1980, citados por Rosario, 2015) que la actitud también se ve influenciada por la opinión de las personas cercanas al sujeto en comunión con su predisposición a ser influenciado por estas opiniones. Más adelante los investigadores mencionan el término “control percibido” (Da Fonseca, 2015) y explican que cuando el sujeto percibe más variables que escapan de su rango de acción disminuye su control percibido y por consiguiente las actitudes frente a una conducta o situación determinada decrecen. Finalmente, es importante observar que la teoría de la acción razonada es utilizada por los

investigadores para postular la teoría de la acción emprendedora, la cual es observada como uno de los modelos teóricos de mayor validez en el estudio del emprendimiento (Reyes; 2007).

3.1.4 Medición de las actitudes

De acuerdo a Lascurain (2017) se define actitud como la predisposición favorable o desfavorable hacia un objeto; compuesta por aspectos intelectuales, afectivos y conductuales; direccionada a una situación u objeto. Desde la psicología y demás ciencias sociales la diferencia entre la actitud y creencias es que la primera comprende de tres dimensiones generales (comportamiento, cognición, emoción). Concuerdan Kerlinger y Lee (2002) quienes señalan a las actitudes como una predisposición comportamental, afectiva y cognoscitiva hacia un objetivo u evento cognoscitivo.

Investigadores destacan la diferencia entre las actitudes, opinión y creencia; siendo los dos últimos conceptos juicios que no necesariamente se traducen en un comportamiento específico por parte de las personas. Nunnally (1991) menciona que la medición de las actitudes se desarrolla mediante una escala; un instrumento que permite la medición de las actitudes positivas y negativas. Las escalas de medición de actitudes más utilizadas en la investigación son las escalas Thurstone y Likert; sin embargo, entre ambas, es la escala Likert la que obtiene mayor validez y confiabilidad.

Estructurar una escala Likert es un proceso que inicia con la categorización de afirmaciones que representan las actitudes positivas y negativas dirigidas hacia un objeto.

3.1.5 Propiedades psicométricas de los instrumentos de medición

3.1.5.1 Teoría de los test

Las estimaciones de las propiedades psicométricas de los instrumentos para la medición de variables psicológicas son logradas gracias a la teoría clásica de los test (TCT) y la teoría de respuesta al ítem (TRI). Es gracias a estas teorías que se disminuye el error cuando se evalúan aspectos tan difíciles de cuantificar como lo son los aspectos psicológicos (Muñoz, 2010). De acuerdo con la Teoría clásica de los test, la puntuación registrada por un instrumento presenta dos componentes: El puntaje verdadero, obtenido cuando las condiciones en las que se evalúa al individuo están controladas, y el error de medición, definición que indica el rango de error presente en un puntaje al no cumplirse las condiciones ideales para la evaluación. (Tornimbeni y colaboradores, 2008, citado por Branizza, 2018).

3.1.5.2 Confiabilidad de un test

Se define como confiabilidad a la consistencia entre los puntajes, sea cuando son contrastados en una población en una serie de evaluaciones utilizando el mismo

instrumento o cuando se observa la variable a medir haciendo uso de instrumentos equivalentes (Olaz, 2008). Dos características de la confiabilidad son la estabilidad y consistencia de los puntajes, que señalan la calidad de una prueba para obtener resultados similares en varias aplicaciones (Reidl-Martínez, 2013).

Para encontrar la medición de la estabilidad y consistencia, denominado coeficiente de confiabilidad, es necesario mencionar que el rango va de 0 a 1, siendo los puntajes cercanos a los que indican alta confiabilidad y los puntajes cercanos a cero, baja confiabilidad (Hernández; Baptista, 2010). Para entender a profundidad los rangos de confiabilidad, se anexa el cuadro de Ruiz (2010, citado por Branizza, 2018)

Tabla 1

Interpretación del coeficiente de confiabilidad (Ruiz, 2010, citado por Branizza, 2018)

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Para identificar la confiabilidad existen dos mecanismos: Test - re test y consistencia interna. En relación al Test - re test, esta técnica es empleada cuando se compara los puntajes obtenidos en los mismos sujetos separados por un lapso de tiempo. El estadístico utilizado en esta técnica es el coeficiente de correlación de Pearson (Chiner, 2011). Por otro lado, la consistencia interna se refiere al grado de relación entre los ítems y la intensidad para medir el constructo. Los procedimientos para medir el coeficiente de confiabilidad mediante esta técnica son el alfa de Cronbach y el método de Kuder y Richardson (Chiner, 2011). Para escalas de medición dicotómicas se utiliza el método estadístico de Kuder y Richardson; en cambio, para las escalas Likert se utiliza el estadístico de Alpha de Cronbach o el Alfa Ordinal (Branizza, 2018). De acuerdo a Elousa y Zumbo (2008) las investigaciones actuales señalan que cuando el instrumento con escala Likert tiene tres o cuatro opciones, el estadístico más conveniente es el Alfa Ordinal; en cambio, cuando la escala Likert tiene más de cuatro opciones, es mejor utilizar el Alpha de Cronbach.

3.1.5.3 Validez de un instrumento

La validez es la capacidad del instrumento para evaluar, de manera verídica, un determinado constructo. Las formas de evaluación de esta propiedad son: La validez de

contenido, la validez de constructo y la validez predictiva (Muñiz, 2010). En lo que se refiere a la validez de contenido, es necesario encontrar el grado en que los ítems del test representan al constructo para lo cual se realiza una revisión teórica previa (Chiner, 2011). La forma para estimar esta clase de validez es mediante el juicio de expertos, proceso en el que expertos en el área de estudio ejercen el rol de jueces de los ítems (Chiner, 2011). Seguido de este proceso, se somete a los reactivos al estadístico de coeficiente de validez de contenido (V de Aiken) y se mantienen los ítems que puntúan mayor a 0.80 (Pedroza et al., 2007).

En relación a la validez del constructo, definida como el grado en que el instrumento representa un concepto (Cerquera, 2011), es importante contrastar la evidencia obtenida mediante el estadístico en relación a las dimensiones propuestas en el marco teórico (Pedroza et al., 2007). Entre las principales técnicas para encontrar este tipo de validez se encuentra el análisis factorial exploratorio (AFE) en la que se utiliza el modelo de Pearson, además. si la variable es dicotómica se utiliza la matriz tetralógica y si es ordinal se utiliza la matriz de correlación policórica (Freiberg, 2013 citado por Branizza, 2018). Finalmente, la validez predictiva es utilizada para pronosticar el éxito o

fracaso de una conducta y es utilizada con mayor frecuencia en el ámbito organizacional y educativo (Moreiro, 2006).

3.1.6 Definición del emprendimiento

Acorde a Fandilla y Bolívar (2008) el término emprendimiento es derivado de la palabra francesa entrepreneur y explica una línea del pensamiento orientada a la producción de bienestar económico. Cely (2015) coincide con esta definición al señalar al emprendimiento como una palabra que indica la acción de realizar; es decir, una energía orientada a la creación de una empresa. Similar teoría postula Vesper (1985) quien señala que la diferencia entre el emprendimiento y el no – emprendimiento es que el primero se direcciona hacia la creación basada en la observación de oportunidades en el ambiente. Para Krueger (1993) el emprendimiento es conceptualizado como la creación de nuevos productos y servicios innovadores mediante la observación del entorno y cuya finalidad principal es generar un beneficio económico.

Solórzano y Altamirano (2014) estudian el emprendimiento desde una perspectiva social puesto destacando el impacto positivo que tiene el emprendimiento en la comunidad en la cual se desarrolla. Agregan los investigadores que el emprendimiento presenta el potencial de mejorar las condiciones de vida de las personas. De igual manera Amit (1993) y Schoemaker (1993) menciona que un emprendedor puede incluso emprender dentro de una organización y su objetivo no necesariamente está predestinado a obtener un bienestar

económico. Finalmente, es vital señalar que si bien el estudio del emprendimiento está usualmente vinculado a las ciencias empresariales; ciencias sociales han empezado a estudiar las actitudes hacia el emprendimiento por lo cual se postulan diferentes teorías (Diez, 2017). Resume con claridad las diferentes perspectivas en el estudio del emprendimiento Vesper (1982) quien señala que para un economista el estudio del emprendimiento comprende analizar las variables financieras que promueven la acción de emprender, para un psicólogo; el análisis de la actitud hacia el emprendimiento; las ciencias sociales analizan las variables sociodemográficas del emprendedor y los especialistas en administración la gestión responsable de recursos y productividad del emprendimiento.

Low y MacMillan (1988) estudiaron el emprendimiento a través una metodología interdisciplinaria y determinaron que existen diversos tipos de teorías para explicar el fenómeno: Las teorías explicativas, que analizan el comportamiento del emprendedor; las teorías predictivas, enfocadas en el análisis de las variables que predisponen la actividad emprendedora y las teorías normativas las cuales estudian las normas sociales que inhiben o promueven la creación de emprendimientos. En la actualidad las diversas teorías sobre el emprendimiento se dividen en cuatro perspectivas teóricas: Teorías psicológicas; que argumentan que los emprendedores poseen ciertos rasgos de personalidad y esquemas mentales característicos (Herrera, 2012) y que el estudio de tales características se realiza

mediante la observación del comportamiento (Pulgarín, Cardona; 2008); Las teorías comportamentales, también conocidas como teorías directivas que estudian los pasos involucrados en la creación de una empresa centrándose en el proceso (Terán; Guerrero; 2020); las teorías económicas, diseñadas para el análisis de la innovación (Foss; Klein, 2017) y las teorías socioculturales, que estudian las variables internas y externas que favorecen la acción emprendedora (Vallmitjana, 2012).

3.1.7 Enfoques en el estudio del emprendimiento

Se puede rastrear el estudio del emprendimiento desde Kao (1989, citado por Sánchez, 2017) quien se centra en lo desde su perspectiva son las principales variables que promueven la acción emprendedora: La educación, la situación social del emprendedor y ámbito social. Como la mayoría de investigadores de la época, para Kao era importante el análisis de las variables externas del emprendimiento. Sin embargo, a inicios de los noventa, cobra fuerza la importancia de los componentes cognitivos y conductuales del emprendedor (Da Fonseca, 2015).

Ahmed (1985) explora la relación entre la personalidad y la actitud hacia emprender y orientan su investigación al análisis de la intención emprendedora; es decir, a entender la dimensión que precede al comportamiento emprendedor. Junto a estos autores, otros investigadores y disciplinas empiezan a estudiar los comportamientos y cogniciones de los emprendedores. Comenta Galicia (2012) que en

los noventa la psicología social estudia las cogniciones, intenciones y comportamientos que son valiosos predictores de una futura acción emprendedora.

Los Modelo Teóricos sugieren que la innovación es uno de los rasgos característicos del emprendimiento (Montoya y colaboradores, 2018). Según Lowe y Marriot (2006) estos modelos definen la innovación como el proceso que identifica oportunidades e inicia la actividad emprendedora. Kirzner (1999, citado por Vargas, 2016) agrega que, de acuerdo con estos modelos, el rasgo común en los emprendedores es la habilidad de identificar las oportunidades que ofrece el entorno. Finalmente, otro autor destacado en los modelos clásicos es Knight (1985) quien señala que el rasgo distintivo de los emprendedores es su capacidad de superar la adversidad. En resumen, los tres rasgos que los modelos clásicos del emprendimiento distinguen en los emprendedores son: La innovación, capacidad de percibir oportunidades y propensión al riesgo (Montoya y colaboradores, 2018). A medida que el estudio evoluciona, los modelos clásicos abren paso a los modelos actuales.

De acuerdo a Bojica y Fuentes (2009) los modelos actuales del estudio del emprendimiento se centran en las diferentes fases del proceso de emprender. Para Montoya et al., (2018) los enfoques actuales se nutren de las ciencias económicas como lo demuestran las investigaciones del GEM en las que se analiza el nacimiento, la gestión y evolución de una empresa. Kantis et al., (2002) sostiene que

para el análisis del emprendimiento se toman en cuenta variables internas y externas a la persona. Gibb y Ritchie (1982) puntualizan que, si bien el estudio del emprendimiento significa profundizar en cada una de estas fases del acto de emprender, no se debe dejar de estudiar las variables internas que influyen en la actividad.

Siguiendo esta sugerencia, McClelland (1961) investiga el emprendimiento brindándole importancia a la motivación y la necesidad de logro. Para este autor, ambas cualidades se desarrollan durante la niñez y los comportamientos se manifiestan en la adultez. Además, encuentra que los sujetos con un alto nivel de necesidad de logro se encuentran predispuesto a emprender y buscan constantemente actividades que le supongan un reto. Posteriormente Mansfield y McClelland (1987) observan tres necesidades en las personas: la necesidad de afiliación, poder y logro; siendo la necesidad de logro la que presenta una correlación positiva alta con las actitudes hacia el emprendimiento mientras que la necesidad de poder y afiliación pueden ser satisfechas en un trabajo convencional.

Bird (1988) continúa el estudio de las variables internas y externas relacionadas al emprendimiento y menciona que la intención emprendedora, predisposición del sujeto a emprender, es el producto de la interacción entre la realidad social, historia personal y los rasgos de personalidad del emprendedor. Por consiguiente, para que se realice tal intención, deben interactuar el contexto social, historia personal, pensamiento racional y emotivo del sujeto. Si el

comportamiento emprendedor es constante en el tiempo se incrementa la intención emprendedora (Bird;1988)

Siguiendo con la intención emprendedora, Shapero (1982) explica que para activarla debe existir un evento precipitante. Utilizando una analogía de las ciencias físicas, este investigador señala que el sujeto sale de su estado de inercia y emprende al reaccionar ante una fuerza externa. Para Shapero (1982) el evento precipitante no tiene que poseer una connotación perjudicial, es decir, puede ser, en cambio, tanto un evento favorable o adverso. De acuerdo a Guerrero y Urbano (2008) para que el evento emprendedor propicie la acción de emprender, el sujeto debe reunir las características de autonomía, autoeficacia y tolerancia al riesgo.

Otro enfoque en el estudio del emprendimiento es la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen y Fishbein (1980); la cual explica que el comportamiento futuro es precedido por una intención. Para esta teoría existen tres componentes esenciales: La actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control percibido (Stefani, 2005). La actitud hacia la conducta se define como la perspectiva (positiva o negativa) del sujeto hacia el objeto actitudinal; la norma subjetiva refleja la interacción entre los códigos éticos que el sujeto percibe de la sociedad e influye en la fuerza de la actitud que presenta el sujeto hacia emprender y el control percibido, es definido como la intersección entre la percepción de la propia capacidad y las posibilidades que ofrece el entorno (Liñan; Rodríguez, 2005). Los

sujetos con una alta intención emprendedora perciben un mayor control sobre los eventos de vida, así como una predisposición en la búsqueda de soluciones creativas e innovadoras (Stefani, 2005).

Entre los modelos teóricos que estudian las características de la personalidad emprendedora, destaca el modelo de la personalidad emprendedora de Rauch y Frese (2007) que surge de la necesidad por definir los rasgos específicos de este constructo.

3.1.8 Modelo integral del espíritu emprendedor de Rauch y Frese (2007)

Este modelo surge de la necesidad por encontrar rasgos específicos de la personalidad en los emprendedores bajo la premisa de que estas dimensiones actuarían como predictores seguros de las actitudes hacia el emprender (Suárez, Juárez; 2016). Si bien se entiende que las variables que promueven la personalidad emprendedora son multidimensionales, se hace hincapié en las características relacionadas al desarrollo humano (Suárez, Juárez; 2016). A diferencia de otros modelos teóricos de la personalidad los investigadores observan que este modelo teórico presenta una cualidad predictiva del 10% para predecir el éxito empresarial, superior a otras teorías o modelos de personalidad (Moreno, 2019).

Ante la utilidad de este modelo es entendible que haya servido como base teórica para la construcción de diversos instrumentos de evaluación de las actitudes hacia emprender como el Entrepreneurial

Aptitude Test [TAI] diseñado por Favretto, Pasini y Sartori (2003); el instrumento de Tendencia General del Emprendimiento creado por Betz, Borgen y Harmon (2005) o el Cuestionario de orientación emprendedora de Sánchez (2010) entre otros. Es importante destacar que, aunque cada autor varía en la definición de las dimensiones que toma en cuenta para la construcción del instrumento, Rauch y Frese sostienen que los rasgos más específicos de la personalidad emprendedora son: La necesidad de logro, creatividad e innovación, locus de control interno, tolerancia al riesgo, autoeficacia y perseverancia (Rauch, 2007).

La necesidad de logro es descrita como el impulso del sujeto para realizar acciones en pos del logro de sus metas, la creatividad e iniciativa es la capacidad de encontrar maneras diferentes de solucionar problemas, la dimensión de locus de control interno describe la creencia de que se tienen control sobre el destino personal, la tolerancia al riesgo es la predisposición del individuo para aceptar una situación adversa como posibilidad, la autoeficacia se describe como las cogniciones en relación a sus capacidades y finalmente la perseverancia es la capacidad para sobreponerse ante resultados negativos (Rauch, 2007 citado por García 2015).

3.1.9 Actitud emprendedora

Mora (2013) define la actitud emprendedora como la conducta direccionada a generar riqueza mediante una actividad y menciona que se encuentra compuesta por tres componentes: cognitivo, afectivo

y comportamental. Rodríguez y Pietro (2009) describen a la actitud emprendedora como la variable que indica la predisposición del sujeto a crear una empresa. La Teoría de la Acción Planificada sirve como sustento teórico en el estudio de la actitud emprendedora puesto que relaciona el componente emocional, cognitivo y afectivo de la actitud y la interacción con las variables sociales (Mora, 2013).

De acuerdo con Cuellar (2019) la actitud emprendedora se construye en el sujeto cuando la persona racionaliza de manera favorable las cogniciones relacionadas hacia emprender. Cuando el ambiente (norma subjetiva) retroalimenta positivamente las ideas, emociones y conductas hacia emprender surge una actitud intensamente positiva hacia el emprendimiento (Rueda, Fernández y Herrero, 2013). Agregan Fishbein y Ajzen (1975) que las variables externas sólo influyen en la acción emprendedora si se encuentran directamente relacionadas hacia el comportamiento de emprender. Acorde a Maluk (2013) el comportamiento emprendedor se realiza teniendo como base las normas que el sujeto ha interiorizado de su entorno, las actitudes hacia el emprendimiento y la percepción del sujeto sobre su conducta. Existen varios investigadores que señalan los componentes esenciales de las actitudes hacia el emprendimiento.

Para Durán (2016); la actitud emprendedora se compone de las dimensiones de autonomía, asertividad, creatividad, optimismo y confianza. Agrega que a estas características se suma la autoeficacia

empresarial, explicada como la percepción de éxito que el emprendedor evalúa que tendrá su emprendimiento.

Collins y Moore (1964) señalan que las dimensiones psicológicas tienen un mayor impacto en la predicción de la conducta empresarial. Acorde a McClelland (1953, citado por Diez, 2017) el sujeto emprende impulsado por la necesidad de afiliación (pertenecer a un grupo), poder (control sobre un elemento material o inmaterial) o logro (necesidad de causar un efecto).

3.1.10 Definición de emprendedor

Acorde a Moncayo (2008, citado por Herrera, 2012) la palabra emprendedor, de origen francés, describe a un sujeto orientado a generar valor a pesar de encontrarse en situaciones poco favorables. Una similar definición presenta Arroyo, Bojica, Albacete, Fuentes (2018) para quienes el emprendedor es definido como el sujeto con la capacidad de analizar su entorno; estudiar variables, identificar oportunidades y guiarlas hacia proyectos concretos; de nuevo con la finalidad de generar valor. En relación a este último aspecto, Bolívar y Fandiño (2009) indican que el impacto del emprendedor se traduce como crecimiento económico en beneficio del mercado en el que se desarrolla y agrega Cardozo (2010) que el emprendedor beneficia al ambiente en que se desarrolla la innovación.

Diversos autores coinciden en señalar características comunes en los emprendedores. Para Bonilla y García (2014) la necesidad de

logro, la creatividad en la resolución de conflictos y la capacidad de asumir riesgos son rasgos presentes en diferentes los sujetos con las actitudes de emprender. Ovalles, Moreno, Olivares y Guerra (2017) agregan la habilidad para encontrar oportunidades en el entorno como una característica del emprendedor. Finalmente, en relación a la dimensión de creatividad e innovación el emprendedor, ante los conflictos, se predispone a utilizar la creatividad como herramienta para la solución de los problemas, impulsado por su deseo de obtener resultados concretos (Carpio, 2008).

De acuerdo con el informe Producción y Empleo Informal en el Perú (INEI, 2013) los emprendedores se dividen en informales y formales, considerando a los informales aquellos que no tienen RUC, no llevan cuentas y no tiene local (67,1 %), el 19.6 % si tiene local un 0.2 % no tiene Ruc; en relación con los emprendedores formales el 11.2 % tiene ruc y 1.9 % son personas jurídicas. La presente investigación estudiará las actitudes emprendedoras en emprendedores formales.

3.1.11 Tipos de emprendedores

Hasta hace poco, la gente solía pensar en el mundo del trabajo en distintas categorías. La mayoría de las personas trabajaba en el negocio de otra persona o en la suya propia. La distinción entre ser un empleado y ser un emprendedor fue clara. Los rápidos cambios en la economía en las últimas dos décadas han desdibujado las líneas divisorias entre el empleo tradicional y el espíritu empresarial. Lo que

cuenta ahora son habilidades y conocimientos portátiles, trabajo significativo, aprendizaje en el trabajo y la capacidad de construir redes y contactos efectivos, ya sea a través de equipos o de Internet. Muchas personas ahora siguen trayectorias profesionales menos predecibles e incluso en zigzag (Almodóvar, 2017).

Hay varios enfoques diferentes para identificar tipos de emprendedores. W. Smilor (2001), en su libro *Daring Visionaries* reconoce tres tipos de empresarios: aspirantes, estilos de vida y empresarios en crecimiento.

- Los empresarios aspirantes sueñan con comenzar un negocio; esperan tener la oportunidad de ser sus propios jefes, pero aún no han dado el salto de su empleo actual a la incertidumbre de una nueva empresa.
- Los empresarios del estilo de vida han desarrollado una empresa que se ajusta a sus circunstancias y estilo de vida individuales. Su intención básica es ganar un ingreso para ellos y sus familias.
- Los emprendedores del crecimiento tienen el deseo y la capacidad de crecer tan rápido y tan grande como sea posible. Estas empresas son las generadoras de empleo más dinámicas en la economía.

Para Armijo (2019) los tipos de emprendedores se caracterizan de acuerdo a los objetivos que se trazan:

- Autoempleados: Considerado la forma más básica de emprendimiento. Si bien estudios señalan que los ingresos totales

del autoempleado son menores que los de un empleado dentro de una organización existen otros beneficios no monetarios que lo compensan como disponer de su tiempo.

- **Emprendedores corporativos:** Esta clase de emprendedores busca crear nuevos negocios dentro de la organización en la que se encuentran mediante el análisis de oportunidades y una propuesta innovadora. Para que estos emprendedores existan la organización debe promover una cultura emprendedora.
- **Emprendedor en familia:** Es frecuente que en la creación de nuevos negocios los socios sean familiares, puesto que la familia suele brindar al emprendedor los recursos económicos necesarios para iniciar la empresa.
- **Emprendedor social:** Sujetos que buscan, mediante la actividad emprendedora, contribuir a disminuir problemas sociales.
- **Emprendedores principiantes / habituales:** Los principiantes se caracterizan por carecer de experiencia y, en ocasiones, de financiamientos mientras que los habituales pueden subdividirse en emprendedores que expanden su organización y el emprendedor que vende su emprendimiento e invierte los ingresos.
- **Emprendedor en serie / Emprendedor en paralelo:** Los primeros culminan el ciclo de un emprendimiento antes de iniciar otro mientras que los segundos pueden crear empresas paralelas.

García y García (2015) definen otra categoría de emprendimientos:

- **Emprendimiento Social:** Relacionado a actividades que si bien producen riqueza para el sujeto a su vez contribuyen a mejorar las condiciones de comunidades, en general menos favorecidas y atenúa problemas sociales.
- **Emprendimiento ambiental:** Tipo de actividad empresarial que busca generar riquezas mediante la innovación y preservar el medio ambiente o subsanar el desequilibrio ecológico.
- **Emprendimiento turístico:** Emprendimiento relacionado a generar ingresos mediante la promoción del turismo. Este tipo de emprendimiento puede definirse como una de las actividades económicas más importantes para algunos países.
- **Emprendimiento tecnológico:** Actividad emprendedora que utiliza la tecnología. Este tipo de emprendimiento se orienta a optimizar procesos y servicios mediante propuestas tecnológicas.
- **Emprendimiento cultural:** Este tipo de emprendimientos tiene como objetivo generar oportunidades laborales para las actividades relacionadas al arte como medio para equilibrar la carencia de oportunidades laborales en esta área.

3.1.12 El proceso emprendedor

Un emprendedor es alguien que percibe una oportunidad y crea una organización por su bienestar económico. El proceso emprendedor incluye todas las funciones, actividades y acciones que son parte de percibir oportunidades y crear organizaciones. Sin embargo, ¿el nacimiento de una nueva empresa es simplemente una casualidad y su posterior éxito o fracaso un proceso casual? ¿O se puede enseñar el arte y la ciencia del emprendimiento? Claramente, los profesores y sus estudiantes creen que se puede enseñar y aprender porque el espíritu emprendedor es uno de los campos de estudio de más rápido crecimiento en la educación superior. Es posible estudiar emprendimiento en programas de certificado, diplomados, bachillerato, maestría y doctorado.

Según el GEM (2009) el emprendimiento se origina de las acciones de las personas en el proceso de gestión de un negocio; es decir, se conceptualiza al sujeto como el agente primario que procesa la idea. Acorde a Zorrilla (2013) es importante entender el proceso emprendedor el cual inicia antes de la formación formal de la empresa.

Las etapas en el proceso del emprendimiento, acorde al GEM, son las siguientes:

- El emprendedor potencial evalúa la viabilidad de la idea de negocio y determina su concepción.

- Aún en proceso de concepción, el emprendedor potencial pasa a ser emprendedor naciente y la idea de negocio se encuentra en etapa de implementación.
- Al cabo de dos años el emprendedor naciente puede ser denominado emprendedor con negocio nuevo. Se considera que el nacimiento de la empresa se da entre la etapa de concepción y esta etapa.
- Finalmente, se considera un emprendimiento con dos años o más de funcionamiento como establecido.

Para Sánchez (2014) el proceso emprendedor debe considerar las variables económicas, sociales y ambientales en las que se desenvuelve el emprendedor antes del proceso de implementar un negocio.

- Etapa de pre lanzamiento: En esta etapa los factores individuales y sociales del futuro emprendedor determinan si tiene la habilidad de identificar una oportunidad de negocio.
- Lanzamiento: Se oficializa la creación del nuevo negocio y la construcción de la organización en la cual se sostiene.
- Post Lanzamiento: En esta etapa se determina si el negocio se mantiene o si quiebra.

Para el GEM (2009) no es necesario que un emprendimiento desee expandirse para ser considerado como tal; basta con que el emprendedor continúe generando riqueza del cual es propietario. De acuerdo a Green y Brown (1997) los tres elementos esenciales en el

éxito del emprendedor son el capital financiero, humano y social. Vallmitjana (2012) describe cuatro etapas en la creación de un emprendimiento:

- Fase prenatal o de gestación: En esta fase se evidencia el interés del emprendedor y se debate las alternativas de éxito de la idea de negocio y se plantea el primer plan de negocios.
- El nacimiento de la empresa: En esta fase el emprendedor debe crear el equipo de trabajo, organizar los recursos de la empresa, desarrollar el producto o servicio y una estrategia de recaudación de fondos.
- Fase postnatal: Esta es una etapa crítica en los emprendimientos. Las estadísticas señalan un gran índice de emprendimiento fallidos antes de los primeros cinco años por lo que el emprendedor debe centrarse en afianzar su plan de negocio.
- Fase de consolidación y desarrollo: En esta etapa el emprendedor determina el destino de la empresa; es decir, su desarrollo y crecimiento o finiquitar en aras del logro de otras metas profesionales.

3.1.13 Definición de MYPE

De acuerdo al Ministerio de Producción y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), se define a la micro y pequeña empresa (MYPE) como la unidad económica, constituida por una persona jurídica o natural, que tiene como meta desarrollar actividades de extracción, transformación,

producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Existen dos categorías de MYPE: Microempresa y pequeña empresa. Para que una MYPE sea catalogada como microempresa debe contar entre 1 a 10 trabajadores. En cambio, una pequeña empresa debe tener entre 10 a 100 trabajadores.

Otra forma de categorizar a las MYPES es a través del ingreso económico, utilizando la unidad impositiva tributaria (UIT), concepto que define el impuesto a pagar por una empresa. Una microempresa genera 150 UIT, en cambio, una pequeña empresa puede tener un máximo de 850 UIT. Además, se puede clasificar una MYPE de acuerdo al sector del que proviene: educación, servicios, minería, comercio, etc. (Salazar, 2018)

3.2 Definiciones conceptuales y operacionales de variables

3.2.1 Definición conceptual de variables

- Actitud hacia el emprendimiento: De acuerdo con el modelo de rasgos de personalidad emprendedora, planteado por Rauch y Frese (2007) se define a la actitud emprendedora como la predisposición a la conducta de generar riqueza mediante una actividad económica. Los rasgos específicos de un emprendedor son: La necesidad de logro, creatividad e iniciativa, locus de control interno, tolerancia al riesgo, autoeficacia, perseverancia (Rauch, 2007).

- Necesidad de Logro: Se describe esta dimensión como el impulso que direcciona al sujeto a realizar acciones para alcanzar sus metas. Esta dimensión mantiene correlación con la actitud del emprendedor ya que mejorar aspectos de sí mismo beneficia el logro de sus objetivos (Rauch, 2007).
- Creatividad e iniciativa: Esta dimensión conceptualiza la habilidad o disponibilidad de encontrar maneras disruptivas de solucionar problemas (Rauch, 2007).
- Locus de control interno: Se define esta dimensión como la creencia del individuo en que ejerce dominio sobre su destino (Rauch, 2007).
- Tolerancia al riesgo: Se define esta dimensión como la predisposición del individuo para aceptar una situación adversa como posibilidad (Rauch, 2007, citado por Muñiz y colaboradores).
- Autoeficacia: Se describe esta dimensión como las cogniciones percibidas por la persona en relación con su capacidad para realizar una acción y vencer obstáculos para el logro de los resultados esperados (Rauch, 2007).
- Perseverancia: Se describe esta dimensión como la capacidad del sujeto a sobreponerse a la adversidad ante situaciones en las cuales no obtiene un resultado favorable (Rauch, 2007).
- Propiedades psicométricas: Proceso estadístico que tiene como objetivo determinar la fiabilidad y validez de un instrumento para

medir la variable. Las evaluaciones de las propiedades psicométricas de un instrumento permiten disminuir el error cuando se tiene como objetivo cuantificar aspectos psicológicos (Muñoz, 2010).

- **Emprendimiento:** Acción de realizar o crear empresa de manera orientada sean productos o servicios en pos de generar un beneficio económico (Vesper; 1980).
- **Pruebas psicométricas:** Instrumentos diseñados para estandarizar la medición de constructos psicológicos y/o procesos cognitivos (Hogan, 2015).
- **MYPES:** Unidad económica, constituida por una persona jurídica o natural, que tiene como meta desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

3.2.2 Definición operacional de las variables

Variable	Dimensiones	Componentes	Ítem
Actitudes hacia el emprendimiento	Necesidad de logro	Cognitivo: Percepción sobre la importancia de conseguir una buena ejecución en tareas que impliquen competencia y evaluar el resultado	Me trazó metas difíciles de alcanzar, aunque no imposibles
			Me gusta recibir críticas en relación con mis habilidades laborales
			Me gusta lograr la excelencia en las actividades relacionadas al trabajo

Variable	Dimensiones	Componentes	Ítem
			Pido críticas constructivas para mejorar mi desempeño en el trabajo
		Conductual: Comportamientos persistentes direccionados a alcanzar los objetivos trazados	Cuando tengo una fecha límite en la entrega de un trabajo la cumplo.
			Diariamente mis acciones tienen relación con las metas laborales que me he trazado.
			Me entusiasma la idea de trazarme metas que representan cierta dificultad.
		Afectivo: Impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer	Me gusta recibir comentarios que me ayuden a mejorar mi desempeño en el trabajo.
			Disfruto trazando metas que desafíen mis habilidades
		Cognitivo: Percepción positiva hacia ideas y procesos que resuelvan problemas de manera novedosa.	Prefiero las ideas novedosas antes que las ideas antiguas.
			Imagino nuevas formas de solucionar los problemas.
			Cuando se presenta un problema busco más de una solución
		Conductual: Comportamientos enfocados en la detección de	En el trabajo promuevo a que todos aporten con ideas nuevas.

Variable	Dimensiones	Componentes	Ítem
		problemas y búsqueda de solución diferentes a las planteadas	Cuando se presenta un problema inesperado adapto mi plan encuentro la manera de resolverlo
		Afectivo: Sensibilidad hacia los conflictos y predisposición a encontrar soluciones	Puede colocarme en el lugar del otro y ver una situación desde su perspectiva Disfruto del proceso de crear nuevas soluciones para resolver los problemas. Disfruto aprendiendo nuevos temas.
		Cognitivo: Creencias relacionadas a la capacidad del individuo sobre influir en su destino	Estoy convencido de que mis logros dependen de mis acciones. La suerte no influye en los resultados que obtengo en el trabajo.
	Locus de control interno	Conductual: Conductas enfocadas en resolver los posibles inconvenientes	Cuando se presenta un problema me enfoco en encontrar una solución
		Afectivo: Sentimientos de seguridad relacionados a la capacidad de dominar un evento.	Confío en mi capacidad para alterar y/o mejorar mi futuro
	Tolerancia al riesgo	Cognitivo: Percepciones que validan la importancia de arriesgarse en	Pienso que asumir un riesgo moderado forma parte de cualquier proyecto que emprenda.

Variable	Dimensiones	Componentes	Ítem
		situaciones de riesgo moderado.	No descarto un proyecto en el trabajo porque tenga cierto riesgo de no lograr el resultado esperado.
			Respeto a las personas que se arriesgan para lograr sus metas laborales.
		Conductual: Comportamientos considerados de alto riesgo cuyas consecuencias pueden distanciarse de los resultados esperados.	Tomo decisiones que los demás pueden considerar moderadamente arriesgadas para alcanzar mis objetivos En el trabajo motivó a los demás a arriesgarse para alcanzar los objetivos.
		Afectivo: Predisposición para involucrarse con actividades que pueden fracasar.	Me entusiasma la idea de desarrollar estrategias que conlleven cierto riesgo pero que se relacionen con el cumplimiento de mis objetivos laborales. Cuando estoy ejecutando planes que tienen cierto riesgo de fracasar no me deprimó sino que mantengo un buen ánimo.
	Autoeficacia	Cognitivo: Percepción positiva sobre las habilidades y capacidades para conseguir un resultado esperado.	Confío en mi capacidad para resolver cualquier problema que se presente durante el trabajo.

Variable	Dimensiones	Componentes	Ítem
			Confío en mi capacidad para trazarme metas laborales y alcanzarlas
		Conductual: Comportamientos orientados a involucrarse en tareas que presentan un reto para las competencias del sujeto.	Busco situaciones laborales que reten mis habilidades.
		Afectivo: Confianza en las competencias personales para afrontar situaciones positivas o negativas en el ámbito profesional.	Cuando se presentan problemas mantengo la calma puesto que confío en mi capacidad para resolver los problemas.
			Mantengo el buen humor cuando aparecen retos en el trabajo
		Cognitivo: Percepción optimista frente a un evento adverso u obstáculo.	Pienso que los problemas son oportunidades para mejorar.
			Cuando se presenta un problema mantengo la creencia de que encontraré.
	Perseverancia	Conductual: Comportamientos orientados a superar una adversidad.	Aun cuando no he logrado los resultados esperados sigo elaborando soluciones para resolver el problema.
			Obtener un resultado desfavorable en una situación no me impide buscar nuevos retos u oportunidades

Variable	Dimensiones	Componentes	Ítem
		Afectivo: Frente a eventos adversos conserva un buen estado de ánimo.	Cuando una situación no me es favorable no me decaigo o deprimido. Cuando se presentan inconvenientes en el trabajo me mantengo de buen humor y optimista.

Nota: Elaboración propia

Variable	Dimensión	Indicador	Escala de medición	Calificación
Validez: Grado en el que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.	Validez de constructo: Tiene como objetivo determinar si el instrumento psicométrico evalúa la variable para la cual fue construido.	GFI (Índice de homogeneidad)		Superior a 0.3
	Validez de contenido: Tiene como finalidad determinar si los reactivos de la prueba psicométrica tienen correspondencia con la variable que se pretende medir. Se realiza mediante el juicio de jueces expertos en la variable a evaluar.	Coherencia, relevancia y claridad (V de Aiken)	Cuantitativa de intervalo	Significancia < 0,05
Confiabilidad: Tiene como finalidad prever que el instrumento presente errores de medición a través del tiempo.	Consistencia interna: Medida de estabilidad de la prueba.	Índice de Alpha de Cronbach	Cuantitativa de intervalo	0,8 > Aceptable

Nota: Elaboración propia

3.3 Investigaciones en torno al problema, nacionales e internacionales

3.3.1 Investigaciones nacionales

Maza y Villanueva (2019), estudian la relación entre el modelo de personalidad Big Five y las actitudes hacia el emprendimiento en estudiantes de psicología. Para la evaluación de las actitudes, los investigadores utilizaron el instrumento diseñado por Paredes y Hernández en el 2014, diseñado para evaluar el constructo en la población universitaria. Entre las características del instrumento se encuentran: Encontrarse construido en base a diez sub - dimensiones o escalas, encontrarse conformado por 25 ítems y haber sido sometido a una validez de contenido a través de jueces expertos, validez de constructo y obtener una confiabilidad de 0.83.

Jara (2018) realiza la adaptación de las propiedades psicométricas de una escala de emprendurismo organizacional diseñada en el 2013 por Rivera. De acuerdo con esta investigación el emprendurismo está definido como el proceso que lleva a cabo la persona para realizar una empresa. Para Rivera este concepto tiene las dimensiones de Actitud Mental Positiva, Creatividad, Capacidad e iniciativa, Liderazgo y Visión en el futuro. La escala es sometida al criterio de jueces expertos para hallar la validez de contenido, obteniendo un puntaje de 0.80. Para encontrar la validez del constructo se utilizó el análisis factorial exploratorio, obteniendo un KMO de 0.76 y una confiabilidad de 0.72.

Cumpa (2019) estudia la relación entre la inteligencia emocional y las actitudes hacia el emprendimiento en estudiantes de una universidad de Lima. Define las actitudes hacia el emprendimiento como la predisposición para crear una empresa. Este autor utiliza el cuestionario ¿Soy emprendedor? de Gassé (1998) adaptado por Durán (2013) que presenta como dimensiones a la proactividad, optimismo, persistencia e innovación. El instrumento obtiene una validez de constructo de 0.81 y una confiabilidad de 0.75. Se concluye que existe una relación significativa positiva entre inteligencia emocional y las actitudes emprendedoras.

Vásquez (2020) desarrolla la construcción de una escala de emprendimiento para vendedores ambulantes. Las dimensiones que se plantean son Autonomía, adaptación, resiliencia, innovación, tolerancia y motivación. Inicialmente el instrumento tiene 24 ítems, pero a través del proceso de análisis de ítems se queda con 20. La escala obtuvo una confiabilidad de 0.972 y se concluye que no existen diferencias significativas entre género masculino y femenino.

Zegarra y Mora (2019) halla las propiedades psicométricas de una escala de niveles y condiciones de aprendizaje organizacional en trabajadores peruanos. Su muestra estuvo conformada por 384 participantes (64% mujeres y 36% hombres). Para encontrar la validez relacionada a la estructura interna se realizó un análisis factorial exploratorio obteniendo que los 21 ítems conformaban cuatro

dimensiones que explican el 60.33% de la varianza. Además, el instrumento obtiene una confiabilidad de 0.78.

3.3.2 Investigaciones internacionales

Corvalán et al., (2012), en el diseño de una escala de evaluación de las propiedades psicométricas de las habilidades de emprendiendo, investiga en una población de 170 estudiantes universitarios de pregrado. De acuerdo con los autores, el instrumento elaborado obtiene una confiabilidad de ítem - test de 0.938 y una estructura factorial que indica la existencia de diez componentes que explican el 63,877% del instrumento. Los puntajes obtenidos convierten a este instrumento, a criterio de los investigadores, en un adecuado método de medición de las habilidades emprendedoras.

Juárez (2018) elabora un instrumento de seis dimensiones para evaluar el emprendimiento en caficultoras de México. El estudio no experimental, transversal y exploratorio y se llevó a cabo en 117 mujeres comerciantes de café. De acuerdo con la autora, el análisis factorial exploratorio indicó que seis dimensiones (valores, apoyo, reconocimiento, estimulación, solidaridad, colaboración) explicaban el 63% de la varianza total. En relación con la confiabilidad, el instrumento presenta un Alpha de Cronbach de 0.979. Se sugiere continuar el estudio en mujeres emprendedoras activas en otros contextos laborales.

García (2015) estudia a la personalidad emprendedora a través de una prueba adaptativo en Colombia. Para la evaluación de los rasgos de personalidad se utiliza el Big - Five y se desarrolló Test Adaptativo Informativo (TAI). Para el desarrollo de este instrumento se plantean las dimensiones de motivación de logro, toma de riesgos, innovación, autonomía, locus de control interno, locus de control externo, tolerancia al riesgo, autoeficacia y optimismo. La muestra está conformada por 416 estudiantes. Mediante el análisis factorial exploratorio se descarta la dimensión de locus de control interno y se mantienen 107 ítems. Se obtiene una confiabilidad de 0.73 y una validez de 0.81 en el instrumento.

San Martín et al., (2019) desarrollan la escala de características de emprendimiento en profesores en España. El objetivo del estudio es desarrollar un instrumento que permita identificar las características que debe poseer un profesor en emprendimiento para promover esta dimensión en los alumnos. En relación con la metodología, se revisó los antecedentes teóricos de la investigación para determinar, se realizaron tres grupos focales con estudiantes, profesores y emprendedores (para determinar la validez de contenido y semántica de los reactivos) y se realizó un análisis factorial exploratorio para determinar que existen 3 factores que explican el 69.84% la varianza total de la muestra. El factor 1 recoge las características profesionales del profesor, el factor 2 las características personales y el factor 3 las características pedagógicas.

López et al., (2015) adaptan la Escala de Realismo de Liang y Dunn para emprendedores potenciales. La muestra estuvo conformada por 192 estudiantes universitarios. El instrumento está conformado por 7 ítems y la calificación es de tipo Likert. Los resultados muestran una estructura unifactorial de la escala y una consistencia interna de 0.83. En relación con la dimensionalidad se realizó el análisis de los componentes a través del estadístico Kaiser y se concluye que el instrumento solo tiene una dimensión.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Nivel y tipo de investigación

El nivel de la investigación es básico, de tipo descriptivo, puesto que tiene como objetivo analizar como objetivo la variable y sus componentes (Hernández; Batista, 2010).

4.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es de tipo psicométrico ya que tiene como finalidad conocer las propiedades de validez y confiabilidad del instrumento presentado (Alarcón, 1991).

4.3 Descripción de la población

La población está conformada por emprendedores residentes en la ciudad de Huancayo con cinco años a más emprendiendo.

4.4 Naturaleza de la población

4.4.1 Tamaño de la población.

La población está conformada por 601 emprendedores de la ciudad de Huancayo; 294 personas de sexo femenino y 307 de sexo masculino. Se muestra las características de la población de acuerdo con el rango de edad y formación educativa.

Es importante destacar que se decide segmentar a la población en cuatro rangos de edad de acuerdo con las etapas del desarrollo evolutivo del ser humano, puesto que se observa que existen emprendedores pertenecientes a la población joven (de 25 años a menos) y emprendedores pertenecientes a los tres rangos de la adultez: Adultez temprana, adultez intermedia, adultez tardía (Mansilla,2020).

Tabla 2

Distribución de la población femenina de acuerdo a la etapa del desarrollo evolutivo

Sexo	Etapas de desarrollo	Cantidad
Femenino	Juventud (20 a 25 años)	21
	Adultez temprana (26 - 40 años)	109
	Adultez intermedia (41 - 50 años)	101
	Adultez tardía (51 a 60 años)	63
Total		294

Tabla 3

Distribución de la población masculina de acuerdo a la etapa del desarrollo evolutivo

Sexo	Etapa de desarrollo	Cantidad
Masculino	Juventud (20 a 25 años)	16
	Aduldez temprana (26 - 40 años)	181
	Aduldez intermedia(41 - 50 años)	89
	Aduldez tardía (51 a 60 años)	21
Total		307

Tabla 4

Distribución de la población femenina de acuerdo a la etapa al nivel de formación académica

Sexo	Formación académica	Cantidad
Femenino	Primaria completa	5
	Secundaria completa	53
	Secundaria incompleta	4
	Universitaria o superior completa	45
	Universitaria o superior incompleta	24
	Educación universitaria posterior	163
Total		294

Tabla 5

Distribución de la población masculina de acuerdo a la etapa al nivel de formación académica

Sexo	Formación académica	Cantidad
Masculino	Primaria completa	4
	Secundaria completa	62
	Secundaria incompleta	7
	Universitaria o superior completa	117
	Universitaria o superior incompleta	31
	Educación universitaria posterior	86
	Total	307

4.5 Participantes

Se trabajó con el total de la población, conformada por 601 emprendedores de la Ciudad de Huancayo distribuidos en 04 conglomerados comerciales con más de 10 años en el mercado y pertenecientes a los cuatro centros comerciales principales dentro de la ciudad. Previamente se estableció el contacto mediante los líderes que conforman la junta directiva de la organización.

4.6 Método de muestreo

Los participantes fueron incluidos en el estudio de manera censal, puesto que fueron la totalidad de los sujetos que conforman la población.

4.7 Criterios de inclusión y exclusión

4.7.1 Criterios de inclusión

- Sujetos de MYPES con RUC registrados en SUNAT con un tiempo mayor a cinco años en la ciudad de Huancayo.
- Sujetos que desearon formar parte de la investigación.

4.7.2 Criterio de exclusión

- Participantes con tiempo de emprendimiento menor a cinco años en MYPES.
- Participantes que no presentan disponibilidad al momento del estudio.

4.8 Consideraciones Éticas

El estudio respetará los principios éticos en la investigación. Por consiguiente, se considera los siguientes aspectos:

- La participación de los sujetos en la investigación se realizó previo consentimiento informado (Anexo 3). Asimismo, se les informó sobre la posibilidad de retirarse del estudio sin ningún tipo de perjuicio.
- En beneficio de los participantes se realizó talleres enfocados a potenciar las competencias personales de locus de control interno y orientación al logro en los participantes.
- La información obtenida mediante la investigación es manejada con absoluta confidencialidad por los investigadores y el Comité de ética. En

caso sea publicada en alguna revista científica, los datos individuales y personales de los participantes no son expuestos.

- El participar en la investigación no genera ningún daño físico o emocional en los participantes. No se retribuye económicamente a los mismos ni tampoco obtendrá ningún beneficio económico.

4.9 Descripción del instrumento

El presente instrumento tiene como objetivo cuantificar las actitudes frente al emprendimiento en emprendedores de la ciudad de Huancayo. Se puede administrar de forma individual y grupal en personas desde los 18 años en adelante. La escala es de tipo Likert (cinco opciones de respuesta) y el tiempo de aplicación es de 15 a 20 minutos. No existen afirmaciones correctas o incorrectas, la persona deberá marcar con una (x) la afirmación que más se acerque a su realidad.

Para la calificación del instrumento el puntaje del sujeto se coloca de acuerdo a lo que marca la persona: Totalmente de acuerdo = 4, De acuerdo = 3, Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 2, En desacuerdo = 1, Totalmente en desacuerdo = 0. Los puntajes obtenidos por la persona se suman para obtener un resultado global. Finalmente, se sitúan el resultado en los puntajes directos en la baremación presentada. Cabe destacar que existe una baremación diferente de acuerdo al sexo (hombres y mujeres) y a la formación académica (primaria completa, secundaria incompleta, secundaria completa, universitario o superior incompleta, universitario o superior completa, estudios superiores o de posgrado). Existen tres niveles de interpretación:

Nivel bajo de actitudes hacia el emprendimiento, nivel medio de actitudes hacia el emprendimiento y nivel alto de actitudes hacia el emprendimiento.

4.10 Procedimiento

- Se diseñaron las preguntas del instrumento de acuerdo con el modelo teórico empleado.
- Se sometieron los reactivos al análisis de la V de Aiken para ver la concordancia entre los jueces expertos. En base a los resultados y sugerencias de los jueces se realizaron cambios en el instrumento. Se decidió suprimir 12 ítems, quedando el instrumento con 26 ítems de acuerdo con las sugerencias de los jueces.
- Se comunicó con la junta de propietarios para contactar con los emprendedores y se brindó una copia del consentimiento informado a cada uno.
- Obtenida la aprobación de los emprendedores se procedió a la aplicación del instrumento.
- Los datos son sometidos al estadístico de Alpha de Cronbach con la finalidad de obtener el coeficiente de confiabilidad de la consistencia interna del instrumento.
- Se utilizó el estadístico KMO con la meta de encontrar la idoneidad de una matriz de correlaciones para aplicar el análisis factorial exploratorio. Se concluye que las correlaciones parciales del instrumento son altas y es posible la aplicación de la correlación empleada.

- Se realizó el análisis factorial exploratorio y se encontró 4 componentes que explican el 52.894 de la varianza.
- Se realizó la baremación del instrumento de acuerdo con la formación académica y sexo.

4.11 Análisis de datos

Para establecer la validez del contenido se procedió a someter al instrumento al criterio de jueces expertos y se utilizó el coeficiente de V de Aiken para determinar el nivel de significancia para cada ítem, es decir, el grado que el ítem representa el constructo (Chiner, 2011). Es importante destacar que Ecurra (1988) menciona que el número de jueces empleados debería ser entre siete y ocho jueces expertos. El instrumento presente fue sometido al criterio de diez expertos.

Con la meta de establecer la confiabilidad interna del instrumento y tener la certeza de que la prueba mide la variable (Olaz, 2008) se decide utilizar el estadístico de Alpha de Cronbach puesto que se recomienda este estadístico antes que el Alpha de omega cuando la escala Likert tiene más de cuatro opciones de respuesta; criterio que cumple el instrumento presente (Espinoza et al., 2018).

Asimismo, con la finalidad de establecer la validez de constructo del instrumento, se realizó las medidas de adecuación a los 26 ítems y se utilizó las medidas de medida de adecuación muestral de KMO para determinar la proporción de la varianza (Kahn, 2006). Finalmente, para determinar los percentiles de la prueba se realizó las pruebas de normalidad en relación con

sexo y formación académica y así determinar los percentiles en base a estas variables.

V. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la investigación con la finalidad de establecer las propiedades psicométricas de una escala de medición de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.

VALIDEZ DE CONTENIDO

En relación con el objetivo específico que consiste en identificar la validez de contenido de una escala de medición de las actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo, se procedió a obtener la validez del contenido del instrumento mediante el criterio de jueces expertos. De acuerdo a Garrote y Del Carmen (2015) el juicio de expertos es un método de validación útil que permite verificar la fiabilidad de un instrumento. Para este fin, se sometió a los 38 ítems de la investigación (no publicada y realizada en el 2020) al criterio de diez jueces expertos a fin de evaluar los criterios de coherencia, relevancia y claridad de los ítems (Galicia, 2017).

El criterio de coherencia refiere a la relación que tiene el ítem con la dimensión que mide. El criterio claridad evalúa la comprensión del ítem y el criterio relevancia determina si el ítem es importante y debe ser incluido (Nova et al., 2016). Para este fin se utilizó el estadístico V de Aiken, coeficiente que permite cuantificar la relevancia de los ítems mediante la combinación de la facilidad del cálculo y la evaluación de los resultados a nivel estadístico (Escrura, 1988). Los resultados de las valoraciones de los

jueces señalaron que 26 de los 38 ítems obtuvieron un alto puntaje de validez de contenido superior a 0.80 lo que indica una alta fiabilidad. (Carbajal y Kotaro, 2017).

Tabla 6

Distribución de los ítems de acuerdo e índices de acuerdo según el criterio de los jueces.

Ítem	V de Aiken		
	Coherencia	Relevancia	Claridad
1	0.95	0.9	1
2	0.9	0.89	0.8
3	0.95	0.95	0.88
4	1	0.8	0.93
6	0.93	0.85	0.9
7	1	0.9	1
8	0.98	0.8	0.95
9	0.98	1	0.98
11	1	1	1
12	1	0.93	0.95
16	1	0.88	0.95
17	1	0.8	0.85
18	0.98	0.98	0.93
22	1	0.98	1
23	1	0.95	0.93
24	1	0.8	0.83
25	0.95	0.9	0.95
27	0.95	0.83	0.98
28	0.88	0.93	1
29	1	0.93	0.98
30	1	0.88	0.85
31	0.95	0.8	0.93
32	1	0.83	0.85
33	1	0.83	0.8
35	0.93	0.83	0.88
36	0.98	0.88	0.9

A continuación, se presenta la distribución de los reactivos en relación con las dimensiones.

Tabla 7

Distribución de los ítems - dimensiones

Dimensión	Ítem
Necesidad de logro	1,2,3,4,6,7,8,9
Creatividad e iniciativa	11,12,16,17
Locus de control	18
Tolerancia al riesgo	22,23,24,25,27,28
Autoeficacia	29,30,31,32,33
Perseverancia	35,36

ANÁLISIS DE NORMALIDAD

El análisis de normalidad nos permite conocer la distribución de la muestra y con este fin decidir los estadísticos adecuados para obtener la validez del constructo mediante el análisis factorial exploratorio (Merino y Díaz, 2003). Existen dos estadísticos utilizados para determinar la normalidad: La prueba de Shapiro-Wilks y la prueba de Kolmogorov - Smirnov; para muestras superiores a 50 sujetos se recomienda el uso de Kolmogorov (Saldaña, 2016). A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 8

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para la muestra

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Puntaje total	0.1	601	0
Componente 1	0.131	601	0
Componente 2	0.143	601	0
Componente 3	0.197	601	0
Componente 4	0.211	601	0

Cuando el nivel de significancia es menor a 0.05 significa que la muestra tiene una distribución no normal para el puntaje total y los componentes. En consecuencia, la presente muestra cumple con el criterio de no normalidad. A continuación, se realiza un análisis ítem test para determinar la medida en la que cada ítem se discrimina del resto (Morales, 2009).

ANÁLISIS DE ÍTEMS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos aplicando el índice de homogeneidad corregida para los 26 reactivos para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

Correlación ítem – total, fórmula de Pearson

$$r_{jx} = \frac{N \sum jX - \sum j \sum X}{\sqrt{[N \sum j^2 - (\sum j)^2] \cdot [N \sum X^2 - (\sum X)^2]}}$$

N = Cantidad de participantes

j = Puntaje de ítem

x = Puntuación total del instrumento

De acuerdo con Ruiz (2015), el índice de homogeneidad evalúa la capacidad de discriminación del ítem con la finalidad de que este indicador se encuentre en armonía con el puntaje del constructo global que se está midiendo. Es importante añadir que se considera que un puntaje superior a 0.3 indica un índice de homogeneidad aceptable (García, 2006).

Tabla 9

Índice de homogeneidad corregida de los 26 ítems

Ítem	IHC
1	0.675
2	0.723
3	0.492
4	0.312
6	0.656
7	0.713

8	0.679
9	0.695
11	0.575
12	0.484
16	0.632
17	0.439
18	0.301
22	0.408
23	0.698
24	0.482
25	0.738
27	0.746
28	0.391
29	0.669
30	0.738
31	0.575
32	0.637
33	0.627
35	0.642
36	0.564

CONFIABILIDAD

En relación con el objetivo específico que consiste en identificar la confiabilidad de una escala de medición de las actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo, se encontró la confiabilidad de consistencia interna del instrumento. Se utilizó el estadístico Alpha de Cronbach puesto que los investigadores señalan que es el más confiable cuando la escala de medición Likert es politómica (Olaz, 2008). En la tabla 10 se presenta el índice de confiabilidad obtenido por el instrumento mediante la prueba de consistencia interna de los reactivos.

Tabla 10

Índice de confiabilidad

Alpha de Cronbach	N° de elementos
0.917	26

Como se observa, la prueba obtiene un Alpha de Cronbach de 0.917 lo cual demuestra la consistencia interna de sus reactivos (Hernández, 2010).

VALIDEZ DE CONSTRUCTO

En relación con el objetivo específico que consiste en identificar la validez de constructo de una escala de medición de las actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo, se presentan las medidas de adecuación de las variables de los 26 ítems para saber si es pertinente el uso del análisis factorial con la finalidad de determinar la interseccionalidad del instrumento.

Tabla 11

Medida de adecuación de las variables al análisis factorial

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.940
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	6829.9949
	gl	325
	Sig***	0,00

De acuerdo con la tabla 11 se observa que la medida de adecuación muestral de KMO obtiene un puntaje de 0.940, lo que señala que la correlación parcial entre las variables es muy buena, además, la prueba de esfericidad de Bartlett obtiene un nivel de significancia menor a 0.05, lo que hace viable el utilizar el análisis factorial exploratorio (López; Gutiérrez, 2019).

A continuación, se presenta la tabla 12 en la cual se exponen los resultados de la proporción de la varianza explicada. Se utiliza la regla Kaiser de extracción de factores autovalores y se considera los factores superiores a 1 ya que interpretar factores que expliquen menos varianza sería inadecuado. Cabe destacar que este proceso viene por defecto en el programa estadístico SPSS, utilizado para la presenta investigación (Kahn, 2006, citado por Pérez y Medrano, 2010)

Tabla 12

Valor de eigen y proporción de la varianza compartida.

Factores	Valor eigen	Promedio de varianza	Prop varianza acumulado
1	9.611	16.107	16.107
2	1.879	15.83	31.937
3	1.172	15.03	46.968
4	1.09	5.926	52.894

Como se explica en la tabla 12, la varianza y los valores eigen demuestran la formación de 4 factores:

- El factor dominante uno que arroja una valoración de 16.107
- El factor dominante dos que explica el 15.830
- El factor dominante tres que explica el 15.030
- El factor dominante cuatro que explica el 5.926 de la varianza.

De acuerdo a Merenda (1997) es aconsejable que la solución factorial explique el 50% de la variabilidad total de respuesta al instrumento. Los cuatro factores explican el 52.894 % de la varianza por lo cual se decide mantener esta formación.

A continuación, se ejecutó el proceso de rotación de factores para determinar las cargas pertenecientes a cada factor y establecer la distribución. Para este fin, se utilizó el criterio de rotación varimax ya que estudios recientes concluyen una superioridad del 12% en relación a otros criterios de

rotación (Lloret-Segura et al., 2014). Se presentan las tablas de la matrices rotadas y cargas pertenecientes para cada factor.

Tabla 13

Cargas factoriales de la matriz por el método de rotación del varimax de acuerdo al factor 1

	ÍTEMS	FACTOR 1
Ítem 8	Me gusta recibir comentarios que me ayuden a mejorar mi desempeño en el trabajo.	0.692
Ítem 25	Tomo decisiones que los demás pueden considerar moderadamente arriesgadas para alcanzar mis objetivos	0.687
Ítem 27	Me entusiasma la idea de desarrollar estrategias que conlleven cierto riesgo pero que se relacionen con el cumplimiento de mis objetivos laborales.	0.686
Ítem 4	Pido críticas constructivas para mejorar mi desempeño en el trabajo	0.632
Ítem 23	No descarto un proyecto en el trabajo porque tenga cierto riesgo de no lograr el resultado esperado	0.629
Ítem 2	Me gusta recibir críticas en relación con mis habilidades laborales	0.611
Ítem 24	Respeto a las personas que se arriesgan para lograr sus metas laborales.	0.519
Ítem 9	Disfruto trazando metas que desafíen mis habilidades	0.497

Tabla 14

Cargas factoriales de la matriz por el método de rotación del varimax de acuerdo al factor 2

	ÍTEM	FACTOR 2
Ítem 32	Mantengo el buen humor cuando aparecen retos en el trabajo	0.678
Ítem 35	Aun cuando no he logrado los resultados esperados sigo elaborando soluciones para resolver el problema	0.642
Ítem 31	Cuando se presentan problemas mantengo la calma, puesto que confío en mi capacidad para resolver los problemas.	0.64
Ítem 33	Pienso que los problemas son oportunidades para mejorar.	0.624
Ítem 29	Confío en mi capacidad para resolver cualquier problema que se presente durante el trabajo	0.589
Ítem 30	Busco situaciones laborales que reten mis habilidades profesionales	0.517
Ítem 36	Obtener un resultado desfavorable en el trabajo no me impide buscar nuevos retos u oportunidades	0.478
Ítem 28	Cuando estoy ejecutando planes que tienen cierto riesgo de fracasar, no me deprimó sino que mantengo un buen ánimo.	0.407

Tabla 15

Cargas factoriales de la matriz por el método de rotación del varimax de acuerdo al factor 3

	ÍTEMS	FACTOR 3
Ítem 3	Me gusta lograr la excelencia en las actividades relacionadas al trabajo	0.717
Ítem 1	Me trazo metas difíciles y/o retadoras de alcanzar ,aunque no imposibles	0.701
Ítem 17	Disfruto aprendiendo nuevos temas	0.575
Ítem 7	Me entusiasma la idea de trazarme metas que representan cierta dificultad	0.572
Ítem 6	Diariamente mis acciones tienen relación con las metas laborales que me trazo cada día	0.511
Ítem 12	Cuando se presenta un problema busco más de una solución	0.491
Ítem 16	Disfruto del proceso de crear nuevas soluciones para resolver los problemas.	0.468
Ítem 11	Imagino nuevas formas de solucionar problemas	0.433

Tabla 16

Cargas factoriales de la matriz por el método de rotación del varimax de acuerdo al factor 4

	ÍTEMS	FACTOR 4
Ítem 18	Estoy convencido de que mis logros dependen de mis acciones	0.771
Ítem 22	Pienso que asumir un riesgo moderado forma parte de cualquier proyecto que emprenda	,407

En conclusión, las cargas factoriales de los ítems son los siguientes:

- Los ítems 8, 25, 27, 4, 23, 2, 24, 9 son predominantes para el factor 1.
- Los ítems 32,35,31,33,29,30, 36,28 predominantes para el factor 2.
- Los ítems 3,1,17, 7,6,12,16,11 son predominantes para el factor 3.
- Los ítems 18 y 22 presentan cargas factoriales predominantes para el factor 4.

BAREMOS

En relación al objetivo específico que consiste en identificar la baremación de contenido de una escala de medición de las actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo, se utiliza estadísticos no paramétricos ya que la muestra presenta una distribución no normal (véase tabla 8).

En la tabla 17 se presenta el estadístico U de Mann – Whitney, utilizado para analizar dos muestras independientes (Amat, 2017). Se examinó las diferencias por sexo en los factores. El estadístico para el puntaje total y los cuatro componentes es de 0.000 lo que se traduce en la necesidad de realizar diferentes percentiles para el sexo masculino y femenino.

Tabla 17*Resultados de U de Mann – Whitney variable de agrupación por sexo.*

	Actitudes frente al emprendimiento	Componente 1	Componente 2	Componente 3	Componente 4
U de Mann-Whitney	20479.5	23976.5	21375.5	16018	32858.5
Sig. asintótica (bilateral)	0	0	0	0	0

En la tabla 18 se presentan los percentiles del de los cuatro componentes y la escala general para mujeres.

Tabla 18*Percentiles de la escala para mujeres*

Percentil	E.G Puntaje directo	C1 Puntaje directo	C2 Puntaje directo	C3 Puntaje directo	C4 Puntaje directo	Categoría
1	56	10.95	16.95	18.95	3.95	
10	71	19	21	22	6	
20	75	21	22	23	6	Bajo
30	77	22	23	23	6	
40	79	23	23	24	6	
50	80	24	24	24	6	
60	81	24	24	24	7	Intermedio
70	82	24	24	24	7	
80	83	25	25	25	7	
90	87.5	25	26	27	7	Alto
99	100.3	30.05	32	32	8	

En la tabla 19 se presentan los percentiles de los cuatro factores y la escala general para hombres.

Tabla 19

Percentiles de la escala para hombres

Percentil	E.G Puntaje directo	C1 Puntaje directo	C2 Puntaje directo	C3 Puntaje directo	C4 Puntaje directo	Categoría
1	60.08	10	17.08	20.08	4.08	
10	72	18	22	23	6	
20	79.6	22	24	24	6	Bajo
30	85	24	25	26	6	
40	90	26	26	27	7	
50	93	27	27	28	7	
60	95	27	28	29	7	Intermedio
70	97	28	29	30	8	
80	99	29	30	30	8	
90	102	30	31	31	8	Alto
99	106	31.92	32	32	8	

Para el análisis de los percentiles en relación con la formación académica se utilizó el estadístico Kruskal Wallis, empleado cuando existen más de dos grupos (Amat, 2017). En la tabla 20 se presentan los resultados y se concluye que deben realizarse diferentes percentiles para la escala general y los cuatro componentes.

Tabla 20

Resultados del estadístico de Kruskal-Wallis de acuerdo a la formación académica

	Actitudes frente al emprendimiento	Componente 1	Componente 2	Componente 3	Componente 4
Chi-cuadrado	38.373	38.936	25.882	41.225	20.301
Sig. asintótica	0	0	0	0	0.001

En la tabla 21 se presentan los percentiles de los cuatro factores y la escala general de acuerdo con la formación académica.

Tabla 21

Percentiles de la escala de acuerdo con la formación académica

	Percentiles	E. G	C1	C2	C3	C4	Categoría
Primaria completa	1	66	14	19	22	6	
	10	66	14	19	22	6	
	20	66	14	21	24	6	Bajo
	30	70	15	21	24	6	
	40	77	20	22	25	6	
	50	78	20	24	26	6	
	60	80	21	24	26	6	Intermedio
	70	81	21	24	27	7	Alto

	Percentiles	E. G	C1	C2	C3	C4	Categoría
Secundaria incompleta	80	87	25	28	27	7	
	90						
	99						
	1	65	16	14	22	6	
	10	66	16.8	15.2	22.2	6	
	20	71.6	20.4	20.8	23.4	6	Bajo
	30	77	21.6	23.2	24	6.6	
	40	79.8	22	24	24	7	
	50	81	22	24	24	7	Intermedio
	60	82.2	23.4	25	24	7	
	70	85.8	25.8	25.8	24	7	
	80	93	27	27.6	25.8	7.6	Alto
	90	96.6	30.2	28.8	29.4	8	
99							
Secundaria completa	1	56.6	9	18	20	3	
	10	69	17	20	22	5	
	20	74	20	22	23	6	Bajo
	30	77	21	23	24	6	
	40	80	23	24	24	6	
	50	82.5	24	24	25	7	
	60	85	25	25	26	7	Intermedio
	70	88	26	26	27	7	
	80	92	27	28	28	7	Alto

	Percentiles	E. G	C1	C2	C3	C4	Categoría
Universitario o superior incompleta	90	97	29	30	30	8	
	99	106.7	31.85	32	32	21.6	
	1	53	13	14	18	5	
	10	72.6	18	21	23	5	Bajo
	20	76	20	23	24	6	
	30	77.8	21	23.8	24	6	
	40	80.4	23	24	25	6	
	50	85	24	25	26	7	Intermedio
	60	89.2	25	25.6	27	7	
	70	93	27	28	28.2	7	
	80	95.8	28	28.8	29.8	7.8	
	90	98.8	29	30	31	8	Alto
	99						
Universitario o superior completa	1	57.26	10	17.26	18.52	4.63	
	10	72	19	21	22.3	6	
	20	79	23	23	24	6	Bajo
	30	82	24	24	24	6	
	40	89	25	25	26	7	
	50	92	26	26	28	7	
	60	94	27	27.8	29	7	Intermedio
	70	97	28	28.1	29	8	
	80	98.4	29	30	30	8	
	90	101	30	31	31	8	Alto

	Percentiles	E. G	C1	C2	C3	C4	Categoría
	99	106.37	32	40.14	32	8	
	1	59.5	11.5	17	19.5	4.5	
	10	72	20	22	22	6	
	20	76	22	23	23	6	Bajo
	30	79	23	23	24	6	
	40	80	24	24	24	6	
Estudios superiores o de posgrado	50	81	24	24	24	6	
	60	83	24	25	24	7	Intermedio
	70	86	25	26	26	7	
	80	93	27	28	28	7	
	90	98	29	30	30	8	Alto
	99	105.5	31	32	32	8	

VI. DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como objetivo general establecer las propiedades psicométricas de un instrumento de actitudes frente al emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo. En relación con el objetivo específico identificar la validez de contenido del instrumento, se obtiene el nivel de consistencia interna mediante el estadístico de Alpha de Cronbach (Campo – Arias; Oviedo, 2008). De acuerdo con Muñoz (2000) un puntaje cercano a 1 indica un alto nivel de confiabilidad. El presente instrumento obtiene una consistencia interna de 0.917; puntaje similar al obtenido por la Escala de Emprendimiento para Vendedores Ambulantes peruanos desarrollada por Vásquez (2020) cuya confiabilidad es de 0.972 y la confiabilidad del instrumento para evaluar el emprendimiento en caficultoras de Juárez - México (2018), que obtiene una consistencia interna de 0.979. En contraste, la Escala de Empredurismo de Rivera para intraemprendedores, adaptada por Jara en el 2018 para evaluar intraemprendedores peruanos, obtiene una confiabilidad de 0.72. Asimismo, la escala “Soy emprendedor” de Gassé, adaptada por Cumpa en el 2019 para evaluar universitarios, obtiene un nivel de confiabilidad de 0.75 y la Escala de Realismo para Emprendedores de Liang y Durán, adaptada por López en el 2018 para la población universitaria, obtiene una confiabilidad de 0.83.

Se observa que la confiabilidad de un instrumento se incrementa cuando la población evaluada corresponde a emprendedores activos. Este fenómeno puede deberse a lo mencionado por Amezquita (2015) quien indica que el estudio del emprendimiento en esta población ofrece la ventaja de estudiar

este constructo sin sesgos, ya que los emprendedores activos conocen las ventajas y desventajas de la actividad emprendedora.

Para determinar la validez de constructo, se encuentran las medidas de adecuación de los 26 ítems a través del uso del estadístico Kaiser-Meyer-Olkin y se obtiene un puntaje de 0.940. Los puntajes obtenidos entre 0.5 y 1 indican que es apropiado el uso de análisis factorial exploratorio (Montoya, 2007). A continuación, se realizó la extracción de factores y se evidencia la existencia de cuatro componentes que explican el 52.894 de la varianza en contraste con las seis dimensiones previamente planteadas. Este fenómeno es similar a lo acontecido en la investigación realizada por Juárez (2018) quién en primera instancia plantea cuatro dimensiones y al realizar la extracción óptima de factores obtiene seis componentes que explican casi el 60% de la varianza total. Un fenómeno parecido se encuentra en el instrumento elaborado por Vásquez (2020) para evaluar el emprendimiento en vendedores ambulantes, cuya prueba es unidimensional y obtiene una varianza explicada de 54.21 % cuando en un primer momento se plantearon tres dimensiones. De acuerdo a Frías – Navarro (2015) se considera óptima una varianza total superior al 50%, regla que cumple la presente herramienta y los psicométricos antecesores, sin encontrar diferencias significativas entre los diferentes grupos evaluados.

Si bien la prueba diseñada por Cumpa (2019) para evaluar el emprendimiento en intraemprendedores obtiene una varianza total superior al 50%, en la extracción óptima de factores sigue la línea original de las dimensiones planteadas. Se observa, entonces, que cuando la población a

evaluar corresponde a emprendedores activos (a diferencia de intraemprendedores o universitarios), es común que el análisis factorial proponga una distribución alternativa de los componentes. Este fenómeno podría deberse a que es necesaria la formulación de nuevas teorías del emprendimiento. Es importante añadir que se realiza el índice de homogeneidad por el método de ítem total – corregido para los 26 ítems; los cuales obtienen un puntaje superior a 0.30, puntuación considerada como aceptable (García, 2006). De acuerdo a Rodero, Molina, Fernández, Redondo (2016) el índice de homogeneidad es un método efectivo para evaluar el grado en que el ítem colabora con la consistencia interna de la prueba; por ese motivo, los reactivos inferiores a 0.30 son descartados. Este método es utilizado también por Cumpa (2020) en la elaboración del instrumento de actitudes emprendedoras para vendedores ambulantes y por Corvalán et al., (2012) lo que contribuye, de acuerdo a estos autores, a potenciar las propiedades psicométricas de sus instrumentos.

En relación al objetivo específico, identificar la baremación de una escala de medición del constructo de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo y habiendo encontrado previamente que la muestra tiene una distribución no normal, se utilizó el estadístico no paramétrico U de Mann - Whitney y se determinó que existen percentiles diferentes para hombres y mujeres. Se observa que mientras para las mujeres un puntaje directo de 81 indica un nivel intermedio de actitudes hacia el emprendimiento y 100.3 puntos señala un nivel alto; los varones requieren un puntaje directo de 87 para alcanzar una categoría intermedia y 102 puntos

para lograr un nivel alto. Se puede concluir que de acuerdo a la investigación el hombre necesita obtener un puntaje superior a la mujer para indicar que posee una alta actitud hacia emprender. Dicho fenómeno puede ser explicado por lo encontrado por Mendoza (2017); quien señala que en la población peruana la tasa de emprendimiento en mujeres es superior a la de los hombres en un 0.6% e indica que este fenómeno puede explicarse debido a que las mujeres son más proclives a emprender (es decir, presentan menos dudas) impulsadas por el deseo de sustentar económicamente a sus familias. Una evidencia parecida encuentra Álvarez y Cáceres (2017) quienes señalan que en provincia 3 de cada 10 mujeres emprende motivadas por el deseo de sustentar económicamente sus hogares.

Para establecer la baremación en relación a la formación académica, se realizó el estadístico Kruskal - Wallis y se determinó que era necesario establecer diferentes percentiles para cada grupo (Amat, 2017). Existen seis grupos de acuerdo a la formación: Primaria completa, secundaria incompleta, secundaria completa, estudios universitarios incompletos, estudios universitarios completos y estudios de posgrado. Se observa que conforme el nivel académico se incrementa, la prueba demanda que se obtenga un puntaje directo superior para ubicarlo dentro de una categoría específica. Tal es así que para la población con primaria completa un puntaje entre 81 a 87 indica un alto nivel de emprendimiento, en cambio para la población con estudios de pregrado se requiere obtener un puntaje directo entre 83 a 105 para encontrarse en la misma categoría. Este hallazgo se podría explicar de acuerdo a lo encontrado por Mendoza (2017), quien señala que entre los

factores que reducen la probabilidad de emprender se encuentran la formación académica superior, la cual disminuye la probabilidad de emprender en -11%. Sin embargo, esto se contrasta con otras investigaciones que encuentran que existe una correlación positiva entre la formación académica y la actividad emprendedora (Morgan et al., 2013). Cabe resaltar que los hallazgos de Mendoza se realizaron en la población de emprendedores activos en provincias peruanas, mientras que las investigaciones que señalan que existe una correlación positiva entre las actitudes hacia emprender y la formación educativa fueron realizadas en poblaciones académicas; es decir, universitarios, estudiantes de posgrado, estudiantes técnicos entre otro. Por ende, el contraste entre los hallazgos de Mendoza y otros investigadores puede explicarse no por el nivel académico sino por el tipo de población estudiada.

VII. CONCLUSIONES

Concluido el proceso de establecer las propiedades psicométricas de una escala de medición de actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo, se observa que el presente instrumento obtiene una adecuada validez de contenido, constructo y confiabilidad.

Respecto a los objetivos específicos:

- Según los resultados obtenidos en el análisis de datos se determina que la escala de medición presenta validez de contenido y validez semántica al someterse al criterio de 10 jueces expertos.
- Se observa que la escala posee validez de constructo por medio del Análisis Factorial Exploratorio.
- En relación con establecer la confiabilidad del instrumento, la escala presentada obtiene una confiabilidad óptima.
- Se observa que existe una baremación diferente según el género y la formación académica.

VIII. RECOMENDACIONES

- Es importante profundizar en las causas que ocasionan que la extracción de factores sugiera un número de dimensiones diferente al planteado en el marco teórico cuando se trabaja con emprendedores activos.
- Se recomienda comparar las propiedades psicométricas (validez de contenido, constructo y confiabilidad) en emprendedores de otras regiones del país, con la finalidad de continuar descentralizando el estudio del emprendimiento.
- Se recomienda realizar la validez predictiva del instrumento presente o de otras pruebas psicométricas orientados a la evaluación de las actitudes hacia el emprendimiento.
- Es necesario ahondar en la relación entre las actitudes hacia el emprendimiento y las variables sociodemográficas (sexo, formación académica).
- Es importante continuar con el estudio del emprendimiento en estudiantes universitarios, intraemprendedores y emprendedores activos; diferenciando la realidad de cada uno de estos grupos; para ahondar en las diferencias particulares de cada grupo.
- Se recomienda hallar las propiedades psicométricas de escalas de actitudes hacia emprender para la población de emprendedores sociales y ambientales, debido a que existe una relación directa entre el incremento del índice de desarrollo humano (IDH) y la promoción de este tipo de emprendimientos.

- Sería importante comparar las actitudes hacia el emprendimiento en emprendedores de Lima y provincias, tomando en cuenta las variables sociodemográficas de sexo y formación académica para ambos grupos y diferenciando los tipos de emprendedores (intraemprendedor, emprendedor activo, social y ambiental).
- Se recomienda continuar con el estudio de las actitudes emprendedoras en relación al tipo de empresa (microempresa, pequeña empresa, mediana empresa, gran empresa).

REFERENCIAS

- Acuña. (2017). *Factores que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de pregrado de una universidad privada de lima 2018*. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú.
- Agramonte. (2016). *Clima social familiar y actitud emprendedora en estudiantes del instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Bagua”*: Amazonas. Perú.
- Ahmed. (1985). *Anch, risk taking propensity, locus of control and entrepreneurship, Personality and Individual Differences, 6*, pp. 781-782.
- Ajzen. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. <https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>
- Ajzen; Fishbein. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen; Fishbein. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. New Jersey. United States of America.
- Alarcón, R. (1991). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. Lima, Perú: Fondo editorial Universidad Peruana Cayetano Heredia.
- Alarcón. (2017). *Las competencias de los emprendedores egresados universitarios, su impacto en las aspiraciones de crecimiento y éxito en las empresas*. Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Albarracín; Johnson; Zanna. (2010). *Manual de actitudes*. The Handbook of Attitudes. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 3-20.

- Alfaro, Cruzate, Gonzáles y Santana (2016). *Caracterización de la Formación en Emprendimiento, una Alternativa para el Crecimiento Económico del Municipio de Plato, Magdalena. Mar de Plata. Argentina.*
- Allport. (1954). *The historical background of modern social psychology.* Handbook of Social Psychology.
- Almodóvar. (2017). *Tipo de emprendimiento y fase de desarrollo como factores clave para el resultado de la actividad emprendedora.* Cuadernos de Relaciones Laborales
- Álvarez; Cáceres. (2017). *Diagnóstico de los motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres del Perú.* Universidad Católica San Pablo. Arequipa, Perú.
- Amat. (2017). *Test de Wilcoxon Mann Whitney como alternativa al t-test.*
https://rpubs.com/Joaquin_AR/218456
- Amezquita. (2015). *Mujeres emprendedoras en Colombia ¿una cuestión de género?* XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.
- Amit; Schoemaker. (1993). *Strategic assets and organizational rent.*
- Armijo. (2019). *Tensiones y negociaciones en la construcción del emprendimiento social peruano a partir de un estudio de caso.* Escuela de Posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arroyo, Bojica, Albacete, Fuentes. (2018). *¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso andaluz.* Universidad de Granada. España.

- Asociación de Emprendedores Peruanos. (2016). *Emprendedor Peruano: Oportunidades de desarrollo empresarial*. Ministerio de Producción.
- Bachmann; Meneses. (2012). *Propiedades psicométricas de la Escala de Creencias Acerca del Proceso Educativo en el Medio Rural (CAPE-R)I en docentes de Mendoza, Argentina*. Revista de Psicología Vol. 36.
- Baldera. (2015). *Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Banco de Desarrollo de Latinoamérica. (2015). *Agencias latinoamericanas de fomento de la innovación y el emprendimiento*. División de Competitividad, Tecnología e Innovación.
- Becker, D. (1987). *Risk perception, knowledge, and lifestyles in siblings of people with premature coronary disease*. Journal of Preventive Medicine, 3, 45-50.
- Bem, D. J. (1980). Assessing situations by assessing persons. In D. Magnusson (Ed.), *Toward a Psychology of Situations: An Interactional Perspective*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Bird. (1988). *Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention*. American University Washington D.C.
- Blanco. (2005). *Escala de actitud hacia el proceso de investigación científico social*. Revista de Ciencias Sociales. Universidad de Zulia. Venezuela.
- Bojica; Fuentes. (2009). *¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso andaluz*. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA)

- Briñol. (2009). *Psicología Social: Actitudes*.
<https://www.uam.es/otros/persuasion/papers/Actitudes.pdf>.
- Cabrera. (2014). *Estadística Aplicada a la Educación. Especialización en Estadística Aplicada*. Fundación Universitaria Los Libertadores. 18 de enero 2014
- Cáceres. (2017). *Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la Asociación de Tejedoras - "Tejidos Huaycán"*. Facultad de Trabajo Social. Universidad Nacional Del Centro del Perú. 2017.
- Campos - Arias; Oviedo. (2008). *Validez y dimensionalidad de la escala de autoestima de Rosenberg en estudiantes universitarios*. Universidad del Magdalena, Santa Marta. Instituto de Investigación del Comportamiento Humano. Bogotá; Colombia.
- Carbajal; Kotaro. (2017). Validez de contenido y confiabilidad inter-observadores de Escala Integral Calidad de Vida. *Rev. psicol.*
<http://dx.doi.org/10.18800/psico.201702.009>.
- Cardozo. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. Universidad Nacional de Educación a Distancia Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Organización de Empresas.
- Carpio. (2008). *Competencias profesionales del Psicólogo*. UNAM, México.
- Cely. (2015). *Emprendimiento digital: Una oportunidad infinita*.
<http://www.virtualeduca.red/documentos/23/Ponencia%20VIRTUAL%20EDUCA%20-%20Mexico%20%20%202015-Henry%20Cely%20y%20Luz%20M.%20Rueda.pdf>

- Centro de Desarrollo (2017). *Perspectivas económicas de América Latina: Juventud, competencias y emprendimiento*.
- Cerquera. (2011). *Validación de constructo de la escala ESTE-R para medición de la soledad en la vejez en Bucaramanga, Colombia*.
- Chiner. (2011). *Las percepciones y actitudes del profesorado hacia la inclusión del alumnado con necesidades educativas especiales como indicadores del uso de prácticas educativas inclusivas en el aula*. Universidad de Alicante, España.
- Christensen; Madsen; Peterson. (1994) *Opportunity identification: The contribution of entrepreneurship to strategic management, Denmark: Aarhus University Institute of Management*. Sao. Paulo, Brasil.
- Cialdini; Trost; Newsom. (1995). *Preference for consistency and social influence: A review of current research findings*. Social Influence. <https://pdfs.semanticscholar.org/35f8/2faa5e3ab249ef58ecab41092edff4e3c552.pdf>
- Cialdini; Trost; Newsom. (1995). *Preference for Consistency: The Development of a Valid Measure and the Discovery of Surprising Behavioral Implications*. Journal of Personality and Social Psychology 69(2):318-328
- Collins; Moore. (1964). *The Organization Makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*. American Journal of Sociology
- Cortada de Kohan. (2002). *Importancia de la investigación psicométrica*. Revista Latinoamericana de Psicología. Universidad Argentina John F. Kennedy. Argentina.

- Corvalán, Jiménez, Canales. (2012). *Construcción de instrumento para evaluar emprendimiento en estudiantes de pregrado de la Universidad de Talca*. Universidad de Talca; Facultad de Psicología. Chile.
- Cuellar. (2019). *La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*. Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle Alma Máter Del Magisterio Nacional.
- Da Fonseca. (2015). *Estudio de la intención emprendedora en Portugal desde la perspectiva de los valores del género*. Facultad de Psicología Social y Organizaciones. Universidad Nacional a Distancia. Madrid; España.
- Del Carpio. (2010). *A competitiveness index for the regions of a country*. CEPAL Review. (pp. 67 - 84).
- Díaz Bretones. (1998). *Dimensiones psicosociales de los emprendedores empresariales en Andalucía*. Universidad de Málaga. España.
- Diez. (2017). *Análisis de las actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de una comunidad de Santiago de Chile*. Universidad Católica de Chile. Chile.
- Durán. (2016). *Actitud emprendedora y estilos emocionales*. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/gestedu/article/view/25490/27788>
- Durán; Arís. (2015). *Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales*. Revista Colombiana de Ciencias. Fundación Universitaria Luis Amigó. Colombia.

- Echaiz (2019) *Relación entre la inteligencia emocional y la actitud de los estudiantes de la unidad académica de estudios generales de la USMP, en la asignatura de emprendimiento, 2018*. Instituto Para La Calidad De La Educación. Universidad San Martín de Porras. Lima, Perú
- El Banco Mundial. (2014). *The World Bank annual report 2014*. <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/213961468326690799/pdf/911550v10WBAR00Report020140SP0Sep15.pdf>.
- El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2017). *Enfoque territorial para el empoderamiento de la mujer rural*. Perú.
- Elosua, P. & Zumbo, B. (2008). *Coefficientes de fiabilidad para escalas de respuesta categórica ordenada*. *Psicothema*, 20 (4), pp. 896-901
- Escurrea. (1988). *Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces*. *Revista De Psicología*, 6(1-2), 103-111.
- España. (2008). *Conocimiento, actitudes, creencias y valores en los argumentos relacionado con los alimentos*. Universidad de Málaga. España.
- Espinoza. (2014). *Los factores que favorecen la cultura del emprendimiento en la educación básica regular: el caso de las instituciones educativas 14511 y 14507*. Escuela de Graduados. Pontificia Universidad Católica Perú.
- European Commission. (2014). *Estudio sobre Sistemas Regionales de Innovación en el Perú: Lecciones de Política*.
- Fandilla; Bolivar. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*. Tesis (Administración

- de Empresas). Bogotá, Colombia: Universidad Javeriana, Facultad de ciencias económicas y administrativas.
- Farfán. (2017). *Capacidad emprendedora en el desarrollo de la actitud para planificar negocios en estudiantes de administración*. Escuela de Postgrado Universidad César Vallejo. Lima, Perú.
- Fernández de Pinedo. (1982). *Construcción de una escala de actitudes tipo Likert*. Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales. España.
- Flores Flores. (2012). *La motivación de logro en emprendedores de negocios culturales de la ciudad de Huamanga-Ayacucho*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú, Lima.
- Foss; Klein. (2017). *El emprendimiento y la teoría económica de la empresa: ¿Alguien gana con el comercio?* Escuela Austriaca de Economías e Ideas de Libertad.
- Frías-Navarro. (2015). *La proporción de varianza explicada*. Universidad de Valencia.
- Galeano. (2016). *Análisis psicométrico de una prueba de física para grado decimo del colegio Nicolás Gómez Dávila – IED*. Fundación Universitaria Los Libertadores. Departamento De Ciencias Básicas Especialización en Estadística Aplicada. Bogotá.
- Galicia. (2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género*. Universidad de Cantabria. España.

- Galicia. (2017). *Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual*. Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual. México.
- Gandarilla; Briñol (2010). *El Cambio de Actitudes hacia Uno Mismo en el Contexto Organizacional: El Efecto del Formato de Pensamiento*. Universidad Autónoma de Madrid. Esoaña.
- García. (2006). *Análisis de la calidad métrica de los ítems*. UNED. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- García; García. (2015). *Emprendimiento empresarial juvenil: una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad*. Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud alianza de la Universidad de Manizales y el CINDE.
- Gardner. (1995). *Inteligencias Múltiples: La teoría a la práctica*. Editorial Paidós; Barcelona. España.
- Garrote; Carmen Rojas. (2015). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada*. Nebrija Universidad. España.
- Gibb; Ritchie. (1982). *Understanding the Process of Starting Small Businesses*. International Small Business Journal.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2015). *GEM América Latina y El Caribe 2015*. <http://www.ieem.edu.uy>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Global Entrepreneur Report Perú 2017*. Centro del Desarrollo del Emprendedor. ESAN. Perú.

- Gomero. (2015). *Exportación del hongo comestible lactarius deliciosus a EEUU y su incidencia en el crecimiento de la comunidad campesina San Isidro de Marayhuaca - Incahuasi - Ferreñafe*. Universidad Señor de Sipán. Perú.
- Green; Brown. (1997). *Resources needs and the dynamic capitalism typology*. *Journal of Business Venturing*, 12, 161-173.
- Guerrero; Urbano. (2008). *The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model*. *International Entrepreneurship and Management*. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-006-0032-x>
- Hair. (1999). *Análisis multivariante: Análisis Factorial*. Universidad Peruana Cayetano Heredia. Lima, Perú.
- Hernández. (2010). *Confiabilidad y propiedades psicométricas de los ítemes: prueba CODICE-Derecho Universidad de Chile*. *Revista Pedagogía Universitaria y Didáctica Del Derecho*. Chile.
- Hernández; Batista. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw – Hill Interamericana.
- Herrera. (2012). *Una investigación en emprendimiento: Características del emprendedor*. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.
- Hogan. (2015). *Pruebas Psicométricas: Una Introducción Práctica*. México, DF.
- Hogg; Vaughan (2010). *Psicología Social*. Editorial Médica Panamericana, S. A. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140105>
- Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial. (2015). *Cámara de Lima: Informe Económico*. Cámara de Comercio Lima. Perú.

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2015). *Perú: Síntesis Estadística*. Lima, Perú.
- Jara. (2018). *Propiedades psicométricas de la escala de emprendedurismo organizacional en los colaboradores de las instituciones financieras de Trujillo, Sullana y Piura 2018*. Universidad César Vallejo. Lima, Perú.
- Jiménez. (2009). Estudio sobre las actitudes y conocimientos que tiene los docentes universitarios de pregrado de la universidad externado de Colombia, frente a la utilización de tecnología en su práctica pedagógica. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile. Chile.
- Juárez y colaboradores. (2018). *Confiabilidad y validez de un instrumento que mide seis dimensiones organizacionales del emprendimiento en caficultoras*. Historia, Archivística y Redes de Investigación. Revista Cambios y Permanencias.
<https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistacyp/article/view/9189/9025>
- Kahn, J. H. (2006). *Factor analysis in Counseling Psychology research, training and practice*. The Counseling Psychologist, 34, 1-36.
- Kantis y colaboradores. (2002). *El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina*. Programa del Desarrollo Emprendedor. Universidad General Nacional de Sarmiento. Argentina.
- Kerlinger, F. y H. Lee (2002). *Investigación del comportamiento*. México: McGraw Hill/ Interamericana. Kolakowski, L. (1981). *La filosofía positivista*. Madrid.

- Kerlinger; Lee. (2002). *Investigación de Comportamiento: Ciencias Sociales*.
<https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com/2011/03/kerlinger-y-lee-cap-1.pdf>
- Knight. (1985). *Teoría del empresario riesgo de Knight*.
https://servicios.educarm.es/templates/portal/images/ficheros/etapasEducativas/secundaria/16/secciones/270/contenidos/10827/teorias_sobre_el_empresario_de_knigh_y_schumpeter.pdf
- Krueger. (1993). *The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability*. Entrepreneurship Theory and Practice.
- Lambert. (1980). *The Social Psychology of Language: A Perspective*. National Institute of Education. Washington; United States of America.
- Lascurain y colaboradores. (2017). *Propiedades psicométricas de la Escala de Actitudes sobre el Amor (LAS) en universitarios peruanos*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Psicología. Perú.
- León. (2009). *La contribución de Reynaldo Alarcón al desarrollo y fortalecimiento de la psicometría en el Perú*. Facultad de Psicología, Universidad Mayor de San Marcos. Perú.
- Liñan; Rodríguez. (2005). *Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces*. Universidad de Jaén. España.
- Liza Ríos del Morante. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Psicología. Perú.

- Lloret-Segura, Ferreres-Traver, Hernández-Baeza, Tomás-Marco. (2014). El Análisis Factorial Exploratorio de los Ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología versión On-line* ISSN 1695-2294 *versión impresa* ISSN 0212-9728
- Loayza. (2020). *Evidencias psicométricas del autoinforme de la prueba INSSEBULL en adolescentes de dos colegios de la ciudad del Cusco*. Universidad Peruana Cayetano Heredia. Perú.
- Loli. (2012). *Actitudes de Emprendimiento, Necesidad de Logro y La Intención de Desarrollar un Negocio en Estudiantes de Universidades Públicas de Lima Metropolitana*. Universidad Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- López; Gutiérrez. (2019). *Cómo realizar e interpretar un análisis factorial exploratorio utilizando SPSS*. Universitat de Barcelona. Institut de Desenvolupament Professional. ICE.
- Low; MacMillan. (1988). *Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges*. *Journal of Management* 14(2):139-161
- Lowe; Marriot. (2006). *Enterprise: Entrepreneurship and innovation: Concepts, contexts and commercialization*. London.
- Maluk. (2014). *Variables explicativas de la Intención Emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor*. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación.
- Mansfield, R., McClelland. (1987). *The Identification and assessment of competencias and other personal Characteristics of entrepreneurs in*

developing countries. Recuperado de http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pdaav866.pdf

Mansilla (2020). *Etapas del desarrollo humano*. Revista de investigación psicológica. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

Marshal. (1842). *Perspectiva Histórica del Pensamiento Económico*.

Martín; Palazuelos. (2019). *Cómo convertir a los profesores de emprendimiento en modelos de conducta empresarial: desarrollo de una escala de medida de las características necesarias del profesor*. Universidad de Cantabria. España.

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/17366/ComoConvertirProfesores.pdf?sequence=3>

Marulanda. *Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento*. Universidad Nacional de Colombia. Medellín, Colombia.

Maza; Villanueva. (2019). *Factor tesón del modelo Big Five de Personalidad y Actitudes hacia el Emprendimiento en estudiantes de Psicología de una Universidad Privada de Lima*. Universidad Ricardo Palma; Facultad de Psicología. Lima, Perú.

McClelland. (1961). *The Achieving Society*.

Mejías. (2011). *Escalas de Actitudes en Investigación*. Instituto Universitario Pedagógico “Monseñor Arias Blanco”, Estado Aragua. Venezuela.

Méndez; Rondón; Alonso. (2012). *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios Introducción al análisis factorial exploratorio*.

- Mendoza. (2017). *Influencia de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en Perú*. Semestre Económico, volumen 20, No. 43, pp. 37-60. Universidad de Medellín, Colombia.
- Merenda, P. (1997). A guide to the proper use of Factor Analysis in the conduct and reporting of research: Measurement and evaluation in counseling and evaluation.
- Merino; Díaz. (2003). *Validación del inventario de conductas parentales: Un análisis factorial confirmatorio*. Universidad de Lima. Perú.
- Mikulic. (2011). *A critical review of techniques for classifying quality attributes in the Kano model*. Department of Tourism, Faculty of Economics and Business, University of Zagreb, Zagreb, Croatia.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2017). *Plan Operativo Institucional - 2017*. Lima, Perú.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2017). *Políticas Nacionales de Empleo*.
- Molina. (2017). *Nivel de efectividad de las pruebas psicométricas en la actualidad para establecer perfiles de personalidad y de aptitudes*. Facultad de Humanidades. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrce/2017/05/43/Molina-Ericka.pdf>.
- Montoya. (2018). *Proyecto de escuela de coaching para emprendedores como actores principales del desarrollo de la economía nacional*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú.
- Mora. (2013). *Estudio de actitudes empresariales con profesionales que crearon empresa*. Maestría en Administración, Universidad de Los Andes

Especialización en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad de los Andes. Universidad Nacional de Colombia.

Morales, P. (Ed.). (2009). *Análisis de ítems en las pruebas objetivas*. Recuperado de <https://educrea.cl/wp-content/uploads/2014/11/19-nov-analisis-de-ítems-en-las-pruebasobjetivas.pdf>

Morales. (2012). *Estudio del nivel de empatía y motivación de logro de los alumnos de la carrera de odontología de la Universidad de Concepción*. Revista Educativa de Ciencias de Salud. Universidad de Concepción. Chile.

Morán; Oláz. (2014). *Instrumentos de evaluación de habilidades sociales en América Latina: un análisis bibliométrico*. Revista de Psicología, Universidad de Chile.

Moreira. (2006). *Estimación de la validez predictiva de las pruebas de bachillerato en educación media*. División de Control de Calidad y Macroevaluación del Sistema Educativo, Ministerio de Educación Pública, San José, Costa Rica. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-64442006000100007.

Moreiro. (2006). *Conceptos introductorios al estudio de la información documental*. Revista Española De Documentación Científica, 29(3), 456–458. Recuperado a partir de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/305>

Moreno. (2019). *Factores claves de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios*. Universidad de Rioja. España.

Moreno; Casillas. (2008). *Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: a causal model*. Entrepreneurship Theory and Practice.

- Morgan, Castro, Miranda, Montané, Rainusso. (2013). Educación emprendedora en la educación básica regular. Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa. Lima, Perú.
- Muñiz. (2010). *Las teorías de los tests: Teoría clásica y teoría de respuesta a los ítems*. Papeles del Psicólogo, 2010. Vol. 31(1), pp. 57-66
- Muñoz. (2000). *Medición en salud: algunas consideraciones metodológicas*. Rev. Med Chile. 2008; 136:125-30
- Muñoz. (2010). *Confiabilidad y propiedades psicométricas de los ítems: prueba CODICE-Derecho Universidad de Chile*. Revista Pedagogía Universitaria y Didáctica del Derecho [issn 0719-5885] Unidad de Pedagogía Universitaria y Didáctica del Derecho, Universidad de Chile.
- Muñoz. (2012). *Emprendimiento en las comunidades campesinas de Perú*. La empresa comunal Mally-Oyón. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Nunnally. (1991). *Desarrollo de Instrumentos de Medición Psicológica*. Universidad de Chile; Facultad de Ciencias Sociales. Chile.
- Olaz. (2008). *Creencias de Autoeficacia: líneas de investigación y desarrollo de escalas*. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Panorama Laboral: América Latina y El Caribe, 2015*. Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe.
- Ossa; Lagos; Flores. (2017). *Variables relacionadas con componentes actitudinales hacia las tecnologías de la información y la comunicación en estudiantes de psicología*. Colombia.

- Ovalles, Moreno, Olivares, Guerra. (2017). *Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico*. Universidad de Zulia.
- Pedrosa. (2015). *Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado*. Repositorio Institucional de la Universidad de Oviedo. Argentina. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/33327>
- Pedroza y colaboradores. (2007). Sistema de análisis estadísticos con SPSS. <http://repositorio.iica.int/handle/11324/4106>
- Pérez; Cruz. (2003). *Conceptos de condicionamiento clásico en los campos básico y aplicado*. Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines Argentina. Argentina.
- Pérez; Medrano L. (2010). *Análisis factorial exploratorio: bases conceptuales y metodológicas*. Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento, 2(1).
- Pietro; Delgado. (2010). *Fiabilidad y Validez: Papeles del Psicólogo, 2010*. Vol. 31(1), pp. 67-74. <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1797.pdf>
- Puga; Ruiz – Ruano. (2015). *Adaptación de la Escala de Realismo de Liang y Dunn para emprendedores potenciales Adaptation to Spanish of the Liang and Dunn's realism scale for potential entrepreneurs*. REMA: Revista electrónica de metodología aplicada.
- Pulgarín; Cardona. (2008). *Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario*. Universidad del Rosario. Argentina.
- Rauch, A. (2007). *Let's put the person back into entrepreneurship research: A metaanalysis on the relationship between bussiness owem's personality traits, bussiness creation, and sucess*. European Journal of Work and

Organizational Psychology, 16(4), 353-385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>

Red Latinoamericana de Economía de la Innovación y el Emprendimiento (2017).

Emprendimiento Universitario: Generalidades y primeros resultados del taller de sensibilización para profesores sobre espíritu emprendedor. Tecnológico de Monterrey. México.

Reidl-Martínez. (2013). *Validación psicométrica del cuestionario “así nos llevamos en la escuela” para evaluar el hostigamiento escolar (bullying) en primarias.* Facultad de Psicología; Universidad Autónoma Nacional de México. México.

Reyes. (2007). *La Teoría de la Acción Razonada: Implicaciones para el estudio de las actitudes.* Universidad Pedagógica de Durango; México.

Rivadeneira. (2014). *Actitud de los estudiantes de psicología clínica frente a las pacientes víctimas de abuso sexual.* Facultad de Humanidades; Universidad de Rafael Landívar. Guatemala.

Rivas. (2012). *An Experiment on Corruption And Gender.* <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8586.2012.00450.x>

Rivera. (2011). *Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento social y la innovación tecnológica.* Universidad de Guanajuato; México.

Rodero, Molina, Fernández, Redondo. (2016). *Análisis de la fiabilidad y validez de un cuestionario docente.* Universidad Peruana Unión. Facultad de Ciencias de la Salud. Lima, Perú.

- Rodríguez, C. & Prieto, F. (2009) *La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios*. Estudio comparativo Colombia-Francia. Revista Innovar Vol. Especial en educación pp. 73– 89
- Rodríguez. (2015). *El estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público*. El caso de las ciencias de la vida en España. Universidad Politécnica de Valencia. España.
- Rodríguez; Mar de la Fuente. (2012). *Estrategias de construcción de una ventaja competitiva en las empresas de mujeres*.
https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/estrategia_de_construccion.pdf
- Romero–Bojórquez, Ladislao; Utrilla–Quiroz, Alejandra; Utrilla–Quiroz, Víctor Manuel. (2014). *Las actitudes positivas y negativas de los estudiantes en el aprendizaje de las matemáticas, su impacto en la reprobación y la eficiencia terminal*. Universidad Autónoma Indígena de México El Fuerte, México.
- Rosario. (2015). *Actitudes y actuación de los médicos de familia respecto a la violencia de género en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia*. Departamento de Ciencias Sociosanitarias; Universidad de Murcia. España.
- Rueda; Fernández; Herrero. (2013). *Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*. Investigaciones Regionales.
- Ruiz. (2015). *Fiabilidad y Validez: Conceptualización y procedimientos de cálculo con SPSS*. Universidad de Barcelona. España.

- Salazar. (2018). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del Perú: caso empresa de transporte de carga Vía Lomas E.I.R.L. - Casma, 2017*. Facultad de Ciencias Contables, Financieras; Administrativas Escuela Profesional de Contabilidad. Chimbote; Perú.
- Saldaña. (2016). *Metodología de la investigación: Prueba de Bondad de Ajuste*. Revista Enfermería del Trabajo 2016; 6:3 (105-114)
- Sánchez. (2013). *Emprendedores y empresas: La Construcción social del emprendedor*. Departamento de Sociología y Política Social de la Universidad de Murcia. España.
- Sánchez. (2014). *Estrategia de desarrollo y lanzamiento de nuevos productos. El caso del sector farmacéutico*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Universidad de León. España.
- Sánchez. (2017). *Relaciones entre la intención emprendedora, prácticas de negocio y rasgos de personalidad en emprendedores universitarios*. Facultad de Ciencias Empresariales. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Serida; Alzamora; Guerrero; Borda; Morales. (2015). *Global Entrepreneurship*. Ediciones ESAN. Perú.
- Shapero. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship. In The Encyclopedia of entrepreneurship (pp. 72-90)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Solórzano, R. y Altamirano, J. (2014). *Emprendimiento Rural Femenino en el Perú. (Tesis de Maestría)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Vásquez. (2020). *Construcción y evidencias psicométricas preliminares de una Escala de emprendimiento para vendedores de un mercado, Comas, 2020*.

Facultad de Ciencias De La Salud. Escuela Profesional de Psicología.
Universidad César Vallejo. Lima, Perú.

Solórzano. (2015). *Emprendimiento rural femenino en el Perú*. CENTRUM.
Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

Stefani. (2005). *Teoría de la acción razonada: una aplicación a la problemática de la internación geriátrica* *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 25, núm. 2, 1993, pp. 205-223. Fundación Universitaria Konrad Lorenz Bogotá, Colombia

Stefani. (2015). *Teoría de la Acción Razonada: Una propuesta de evaluación cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalización geriátrica*. Laboratorio de Evaluación Psicológica y Educativa. Facultad de Psicología. Argentina.

Suárez; Juárez. (2016). *Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro*. *Papeles del Psicólogo*, 2016. Vol. 37(1), pp. 62-68

Terán; Guerrero. (2020). *Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones*. *Revista Espacios*.

Tornimebeni. (2004). *Introducción a la psicometría: Por qué adaptar los test*.
https://www.researchgate.net/profile/Alberto_Fernandez17/publication/275022657_Adaptacion_de_tests_a_otras_culturas-Capitulo/links/552eb6480cf2acd38cbbd661/Adaptacion-de-tests-a-otras-culturas-Capitulo.pdf

- Ubillos y colaboradores. (2013). *Actitudes: Definición y medición componentes de la actitud: Modelo de la Acción Razonada y Acción Planificada*. Psicología Social y Cultural.
- Vallerand, R. J. (1994). *The temporal relationship between perceived competence and self-determined motivation*. *The Journal of Social Psychology*, 134, 793-801. doi:10.1080/00224545.1994.9923014
- Vallmitjana. (2012). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. Universitat Ramon Llull. Barcelona; España.
- Vargas. (2016). *Emprendimiento: factores esenciales para su constitución*. Universidad de Zulia. Ecuador.
- Velásquez, Vilca. (2019). *Actitud emprendedora de los estudiantes del cuarto y quinto año de la escuela profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, Arequipa*. Perú.
- Verplanck, W. S. (1955). *The control of the content of conversation: Reinforcement of statements of opinion*. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 668–676. <https://doi.org/10.1037/h0046514>
- Vesper, Karl H. (1980). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs:Prentice-Hall.
- W. Smilor. (2011). *Daring Visionaries: How Entrepreneurs Build Companies, Inspire Allegiance, and Create Wealth*.
- Zegarra, Juárez. (2019). *Propiedades psicométricas de la Escala de Niveles y Condiciones de Aprendizaje Organizacional (ENCAO) en trabajadores de una empresa privada peruana*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.

Zorrilla. (2013). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho: Caso de Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET (2007 - 2009)*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú, Lima. 2013.

Zuluaga. (2010). *Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un diálogo interdisciplinario en América Latina*. Facultad de Administración., Universidad de los Andes. Colombia.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia del instrumento

Se anexa la matriz de consistencia del instrumento para la construcción del instrumento que permita evaluar la variable actitudes hacia el emprendimiento en MYPES de la ciudad de Huancayo.

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
Actitudes frente al emprendimiento	Necesidad de logro	Cognitivo	Percepción sobre la importancia de conseguir una buena ejecución en tareas que impliquen competencia y evaluar el resultado	Se traza metas difíciles de alcanzar, aunque no imposibles Valora positivamente recibir feedback Valora la excelencia en la ejecución de las tareas	Me trazó metas difíciles de alcanzar, aunque no imposibles Me gusta recibir críticas en relación a mis habilidades laborales Me gusta lograr la excelencia en las actividades relacionadas al trabajo
		Conductual	Comportamientos persistentes direccionados a alcanzar los objetivos trazados	Solicita feedback para evaluar su desempeño Se traza y cumple responsabilidades en los plazos establecidos Ejecuta tareas diarias relacionadas con el logro de sus metas	Pido críticas constructivas para mejorar mi desempeño en el trabajo Cuando tengo una fecha límite en la entrega de un trabajo la cumpro. Diariamente mis acciones tienen relación con las metas laborales que

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
					me he trazado.
		Afectivo	Impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer	<p>Disfruto trazarse metas complicadas, aunque no imposibles</p> <p>Agradece comentarios que lo ayudan a mejorar su desempeño</p> <p>Disfruta encontrar nuevas metas que desafíen sus capacidades.</p>	<p>Me entusiasma la idea de trazarme metas que representan cierta dificultad. Me gusta recibir comentarios que me ayuden a mejorar mi desempeño en el trabajo.</p> <p>Disfruto trazando metas que desafíen mis habilidades</p>
	Creatividad e iniciativa	Cognitivo	Percepción positiva hacia ideas y procesos que resuelvan problemas de manera novedosa	<p>Valora positivamente las ideas nuevas ante que las ideas antiguas o convencionales.</p> <p>Imagina nuevas soluciones para resolver los problemas. Ante un problema busca la mayor cantidad de soluciones posibles.</p>	<p>Prefiero las ideas novedosas antes que las ideas antiguas.</p> <p>Imagino nuevas formas de solucionar los problemas.</p> <p>Cuando se presenta un problema busco más de una solución</p>

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
		Conductual	Comportamientos enfocados en la detección de problemas y búsqueda de solución diferentes a las planteadas	Genera espacios para implementar formas innovadoras de resolver los problemas	En el trabajo promuevo a que todos aporten con ideas nuevas.
				Ante nuevos retos adapta su estrategia para resolver un problema.	Cuando se presenta un problema inesperado adapto mi plan encuentro la manera de resolverlo
		Afectivo	Sensibilidad hacia los conflictos y predisposición a encontrar soluciones	Puede visualizar una situación desde diferentes puntos de vista.	Puede colocarme en el lugar del otro y ver una situación desde su perspectiva
				Disfruta generando nuevas maneras de solucionar los problemas Disfruta aprendiendo de nuevos temas.	Disfrute del proceso de crear nuevas soluciones para resolver los problemas. Disfrute aprendiendo nuevos temas.
	Locus de control interno	Cognitivo	Creencias relacionadas a la capacidad del individuo sobre influir en su destino	Piensa que sus resultados están relacionados con sus acciones	Estoy convencido de que mis logros dependen de mis acciones.
				La fortuna no influye en los resultados que obtiene	La suerte no influye en los resultados que obtengo en el trabajo.

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
		Conductual	Conductas enfocadas en resolver los posibles inconvenientes	Cuando se presenta un conflicto se enfoca en la solución.	Cuando se presenta un problema me enfoca en encontrar una solución
		Afectivo	Sentimientos de seguridad relacionados a la capacidad de dominar un evento	Confía en su capacidad para influir en su futuro.	Confío en mi capacidad para alterar y/o mejorar mi futuro
	Tolerancia al riesgo	Cognitivo	Percepciones que validan la importancia de arriesgarse en situaciones de riesgo moderado	Piensa que asumir un riesgo moderado es parte de cualquier proyecto que se emprenda.	Pienso que asumir un riesgo moderado forma parte de cualquier proyecto que emprenda.
				No descarta una situación porque involucra cierto riesgo	No descarto un proyecto en el trabajo porque tenga cierto riesgo de no lograr el resultado esperado.
				Percibe a los sujetos que eligen arriesgarse para lograr sus objetivos son valiosos miembros de una organización	Respeto a las personas que se arriesgan para lograr sus metas laborales.
		Conductual	Comportamientos considerados de alto riesgo cuyas consecuencias pueden distanciarse de	Ejecuta acciones que pueden considerarse arriesgada por otros en beneficio del logro de sus metas	Tomo decisiones que los demás pueden considerar moderadamente arriesgadas

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
			los resultados esperados	Motiva a otros a ejecutar planes que conllevan cierto riesgo en beneficio del logro de los objetivos	para alcanzar mis objetivos En el trabajo motivó a los demás a arriesgarse para alcanzar los objetivos.
		Afectivo	Predisposición para involucrarse con actividades que pueden fracasar	Expresa emociones positivas frente a la idea de ejecutar estrategias que involucren cierto riesgo en beneficio del logro de sus metas. Mantiene una buena actitud durante la ejecución de planes que involucran un riesgo moderado en beneficio del logro de sus objetivos..	Me entusiasma la idea de desarrollar estrategias que conlleven cierto riesgo pero que se relacionen con el cumplimiento de mis objetivos laborales. Cuando estoy ejecutando planes que tienen cierto riesgo de fracasar no me deprimó sino que mantengo un buen ánimo.
	Autoeficacia	Cognitivo	Percepción positiva sobre las habilidades y capacidades para conseguir un resultado esperado	Evalúa sus capacidades de resolución de problemas como favorables.	Confío en mi capacidad para resolver cualquier problema que se presente durante el trabajo.

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
				Evalúa como favorables sus capacidades para establecer metas y lograr sus objetivos	Confío en mi capacidad para trazarme metas laborales y alcanzarlas
		Conductual	Comportamientos orientados a involucrarse en tareas que presentan un reto para las competencias del sujeto.	Busca situaciones que representen un reto para sus habilidades.	Busco situaciones laborales que reten mis habilidades.
		Afectivo	Confianza en las competencias personales para afrontar situaciones positivas o negativas en el ámbito profesional	Frente a situaciones estresantes mantiene la calma debido a la confianza en sus competencias profesionales Se muestra optimista cuando le proponen retos laborales puesto que confía en sus habilidades.	Cuando se presentan problemas mantengo la calma puesto que confío en mi capacidad para resolver los problemas. Mantengo el buen humor cuando aparecen retos en el trabajo
	Perseverancia	Cognitivo	Percepción optimista frente a un evento adverso u obstáculo	Evalúa los problemas como oportunidades en lugar de obstáculos Ante un evento desfavorable mantiene la creencia de que el	Pienso que los problemas son oportunidades para mejorar. Cuando se presenta un problema mantengo la creencia de

Variable	Dimensión	Componente	Capacidad	Descriptor	Ítem
				resultado será favorable.	que encontraré
		Conductual	Comportamientos orientados a superar una adversidad	<p>Me concentro en buscar solución a un problema aun cuando no he obtenido resultados favorables repetidas veces.</p> <p>Un resultado desfavorable ante un evento no impide que continúe buscando nuevas oportunidades o retos.</p>	<p>Aun cuando no he logrado los resultados esperados sigo elaborando soluciones para resolver el problema. Obtener un resultado desfavorable en una situación no me impide buscar nuevos retos u oportunidades</p>
		Afectivo	Frente a eventos adversos conserva un buen estado de ánimo	<p>Su estado anímico no decae cuando obtiene resultados desfavorables</p> <p>Ante una situación adversa se mantiene optimista.</p>	<p>Cuando una situación no me es favorable no me decaigo o deprimido. Cuando se presentan inconvenientes en el trabajo me mantengo de buen humor y optimista.</p>

Anexo 2: Cuestionario de actitudes hacia el emprendimiento.

Nombre y apellido:

Indicaciones: Marque con una (x) en la afirmación que considere más cercana a su realidad. Recuerde que no hay respuestas correctas e incorrectas.

	Preguntas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	Me gusta recibir comentarios que me ayuden a mejorar mi desempeño en el trabajo.					
2	Tomo decisiones que los demás pueden considerar moderadamente arriesgadas para alcanzar mis objetivos					
3	Me entusiasma la idea de desarrollar estrategias que conlleven cierto riesgo pero que se relacionen con el cumplimiento de mis objetivos laborales.					
4	Pido críticas constructivas para mejorar mi desempeño en el trabajo					
5	No descarto un proyecto en el trabajo porque tenga cierto riesgo de no lograr el resultado esperado					
6	Me gusta recibir críticas en relación a mis habilidades laborales					

	Preguntas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
7	Respeto a las personas que se arriesgan para lograr sus metas laborales.					
8	Disfruto trazando metas que desafien mis habilidades					
9	Mantengo el buen humor cuando aparecen retos en el trabajo					
10	Aun cuando no he logrado los resultados esperados sigo elaborando soluciones para resolver el problema					
11	Cuando se presentan problemas mantengo la calma, puesto que confío en mi capacidad para resolver los problemas.					
12	Pienso que los problemas son oportunidades para mejorar.					
13	Confío en mi capacidad para resolver cualquier problema que se presente durante el trabajo					
14	Busco situaciones laborales que reten mis habilidades profesionales					

Preguntas		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
15	Obtener un resultado desfavorable en el trabajo no me impide buscar nuevos retos u oportunidades					
16	Cuando estoy ejecutando planes que tienen cierto riesgo de fracasar , no me deprimó sino que mantengo un buen ánimo.					
17	Me gusta lograr la excelencia en las actividades relacionadas al trabajo					
18	Me trazo metas difíciles y/o retadoras de alcanzar ,aunque no imposibles					
19	Disfruto aprendiendo nuevos temas					
20	Me entusiasma la idea de trazarme metas que representan cierta dificultad					
21	Diariamente mis acciones tienen relación con las metas laborales que me trazo cada día					
22	Cuando se presenta un problema busco más de una solución					

Preguntas		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
23	Disfruto del proceso de crear nuevas soluciones para resolver los problemas.					
24	Imagino nuevas formas de solucionar problemas					
25	Estoy convencido de que mis logros dependen de mis acciones					
26	Pienso que asumir un riesgo moderado forma parte de cualquier proyecto que emprenda					