

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
Facultad de Ciencias Empresariales
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



**INFLUENCIA DE LA AUTOEFICACIA EN LA ACTITUD
EMPREDEDORA DE LOS ALUMNOS DE DÉCIMO CICLO DE LA
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA
UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA DEL AÑO 2019**

TESIS

PRESENTADA POR:

Br. BRENDA ANALÍ JUÁREZ PAUCAR

DOCENTE ASESOR:

DR. AMERICO FLORES FLORES

**Para optar el título de:
INGENIERO COMERCIAL**

TACNA – PERÚ

2019

ACTA DE CONFORMIDAD DE INFORME FINAL DE TESIS**“INFLUENCIA DE LA AUTOEFICACIA EN LA ACTITUD
EMPREDEDORA DE LOS ALUMNOS DE DECIMO CICLO DE LA
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD
PRIVADA DE TACNA DEL AÑO 2019”**

DEL BACHILLER EN INGENIERIA COMERCIAL

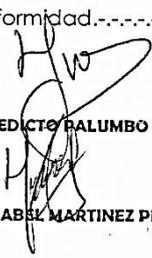
JUAREZ PAUCAR, BRENDA ANALI

Siendo las 17:00 horas del treinta de octubre del año dos mil diecinueve, se reunieron en el ambiente de la Oficina del Decanato de la Facultad de Ciencias Empresariales; los miembros del Jurado Dictaminador, designado mediante Resolución de Decanato N° 869-2019-UPT-FACEM/D, de fecha 23.07.2019:

- Presidente : Mag. GUIDO BENEDICTO PALUMBO PINTO
- Secretario : MBA. RUBEN JAIME HUANCAPAZA CORA
- Vocal : Ing. MINELLY ISABEL MARTINEZ PEÑALOZA

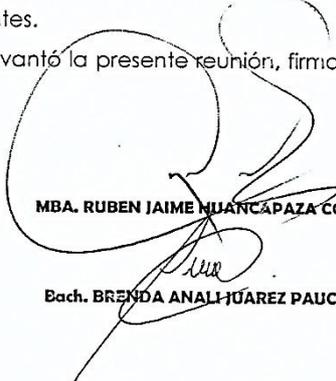
En la revisión de la Tesis, acerca de las observaciones realizadas por los miembros del jurado, fueron levantadas cada una de ellas, dando visto bueno del mismo, debiendo proseguir con los trámites siguientes.

Siendo las 17:30 horas del mismo día, se levantó la presente reunión, firmando en señal de conformidad.....



Mag. GUIDO BENEDICTO PALUMBO PINTO

Ing. MINELLY ISABEL MARTINEZ PEÑALOZA



MBA. RUBEN JAIME HUANCAPAZA CORA

Bach. BRENDA ANALI JUAREZ PAUCAR

DEDICATORIA

Dedico esta investigación principalmente a Dios, quien fue el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando estuve en situaciones de flaqueza y abandonar mi meta.

A mis mamita Isabel, quien estuvo a mi lado siempre en cada paso que daba, dándome su apoyo incondicional, y quien ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, a mi hermana Yuliana por ser mi fuerza e impulsarme a lograr mis objetivos, en especial dedico esta tesis a mi papito quien se encuentra al lado de nuestro Señor Jesucristo y que siempre anheló verme titulada; para ti papito con mucho amor.

Ya que sin mi familia no hubiera logrado nada de lo que tengo y lo que soy.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor el Dr. Américo Flores Flores, por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

A la Universidad Privada de Tacna, la Facultad de Ciencias Empresariales, en especial a la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial por brindarme las facilidades para realizar la encuesta.

A mi querida amiga Nélica por haberme apoyado moralmente en todo momento.

.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1. Descripción del problema.....	10
1.2. Formulación del Problema	12
1.2.1. Problema Principal.....	12
1.2.2. Problemas específicos	12
1.3. Justificación de la investigación	13
1.4. Objetivos	15
1.4.1. Objetivo General.....	15
1.4.2. Objetivos Específicos.....	15
1.5. Hipótesis	16
1.5.1. Hipótesis General.....	16
1.5.2. Hipótesis Específicas	16

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes.....	17
2.1.1. Internacionales	17
2.1.2. Nacionales	19
2.1.3. Locales	20
2.2. Bases teóricas	20
2.2.1. Variable Independiente: La Autoeficacia.....	20
2.2.2. Variable Dependiente: Actitud Emprendedora.....	28
2.3. Definición de Conceptos Básicos	36
A. Autoeficacia.....	36
B. Emprendimiento	36
C. Motivación.....	37
D. Logro:.....	37
E. Fracaso:	37
F. Perspectiva:.....	37

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA	38
3.1. Tipo de Investigación	38

3.2. Nivel de Investigación.....	38
3.3. Diseño de Investigación	38
3.4. Ámbito de la Investigación.....	38
3.5 Variables e indicadores	39
3.5.1. Identificación de la Variable	39
3.5.2. Operacionalización de variables:	39
3.6. Población y Muestra.....	42
3.6.1. Población.....	42
3.6.2. Muestra.....	42
3.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos	42
3.7.1. Técnicas.....	42
3.7.2. Instrumentos	42
3.8. Validación del Instrumento de Investigación	43
3.8.1. Validación	43
3.8.2. Procesamiento y análisis de datos.....	43
3.8.3. Fiabilidad General Autoeficacia y Actitud Emprendedora.....	44
3.8.4. Fiabilidad de la Autoeficacia.....	44
3.8.5. Fiabilidad de la Actitud Emprendedora	44
CAPITULO IV	
RESULTADOS	45
4.1. Descripción del Trabajo de Campo	45
4.2. Análisis Estadístico	45
4.2.1. Resultados de la Variable Independiente: Autoeficacia	45
4.2.2. Resultados de la Variable Dependiente: Actitud Emprendedora.....	50
4.3. Prueba de Normalidad	54
4.4. Verificación de Hipótesis	56
4.4.1. Verificación de hipótesis Específicas	56
4.4.2. Verificación de hipótesis General	63
4.5. Discusión de resultados.....	65
CONCLUSIONES	67
PROPUESTA DE MEJORA	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
APÉNDICE	81
Matriz de Consistencia.....	81
Modelo de Encuesta:.....	84
Validación de Instrumentos por expertos:.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable Independiente	40
Tabla 2 Operacionalización de la variable Dependiente.....	41
Tabla 3 Estadístico de fiabilidad Autoeficacia y Actitud Emprendedora	44
Tabla 4 Estadísticos de fiabilidad de la Autoeficacia	44
Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad de la Actitud Emprendedora.....	44
Tabla 6 Desarrollar nuevos productos y oportunidades de Mercado.....	46
Tabla 7 Desarrollar recursos humanos Clave	47
Tabla 8 Iniciar relaciones con Inversores.....	47
Tabla 9 Construir un entorno Innovador	48
Tabla 10 Trabajar bajo Estrés.....	49
Tabla 11 Autoeficacia	50
Tabla 12 Necesidad de Logro.....	51
Tabla 13 Propensión a correr riesgos.....	51
Tabla 14 Control Percibido Interno	52
Tabla 15 Innovación	53
Tabla 16 Autoestima	53
Tabla 17 Actitud Emprendedora.....	54
Tabla 18 Prueba de Kolmogorov-Smirnov- Autoeficacia	55
Tabla 19 Prueba de Kolmogorov-Smirnov- Actitud Emprendedora	55
Tabla 20 Análisis de varianza	57
Tabla 21 Resumen del Modelo.....	58
Tabla 22 Análisis de varianza.....	59
Tabla 23 Resumen del Modelo	59
Tabla 24 Análisis de varianza.....	60
Tabla 25 Resumen del modelo	61
Tabla 26 Análisis de Varianza.....	61
Tabla 27 Resumen del Modelo	62
Tabla 28 Análisis de la varianza.....	63
Tabla 29 Resumen del Modelo.....	64
Tabla 30 Análisis de varianza.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Fuentes de la Autoeficacia de Albert Bandura.....	23
--	----

INTRODUCCIÓN

En el mundo del siglo XXI, el desarrollo y avance de los países ya no depende de las riquezas naturales que ellos poseen, sino de las capacidades y habilidades de los ciudadanos para aportar a dicho desarrollo. Esto depende estrechamente de la capacidad de las sociedades para brindar a los jóvenes las oportunidades de llevar a cabo sus proyectos de vida, desarrollar al máximo sus potenciales y de esta manera también aportar al bien común y al crecimiento social, cultural y económico.

Actualmente más del 50% de estudiantes universitarios no tienen acceso a ningún tipo de acción relacionada con el desarrollo de la actitud emprendedora, existe muy poca cooperación entre las instituciones para intercambiar buenas prácticas relacionadas al emprendimiento.

El término autoeficacia emprendedora es utilizado en distintos ámbitos, la creencia de que las personas pueden desempeñar mejor el rol de emprendedor cuando consideran que tienen la capacidad para hacerlo bien, las ganas de querer salir adelante y dejar de ser dependiente de un emprendimiento ajeno y trabajar para nosotros mismos. Es lo que la mayoría de la juventud anhela especialmente cuando oímos noticias de ciudadanos que emprenden a partir de sus pensamientos innovadores, como Steve Jobs, Marck Zuckerberg, entre otros.

Ante esto es importante identificar las características más comunes en un potencial emprendedor, contar con instrumentos adaptados y validados que faciliten identificar estas características en los estudiantes, de esta manera se dará énfasis al desarrollo de programas educativos para el emprendimiento.

Por lo tanto, es necesario tomar acción, comenzando por las Universidades y Estado cuyo deber debería ser crear condiciones sociales para que todas las personas tengan la mayor realización material y espiritual posible, y por tanto, que elimine, en forma

progresiva, las profundas desigualdades estructurales que aquejan al sistema educativo y que impiden elevar su calidad restringiendo así las oportunidades de miles de jóvenes peruanos

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

El emprendimiento ha desarrollado una importancia vital para la economía de las sociedades en todo el mundo (Kim, Aldrich & Keister, 2006). Dadas las circunstancias actuales y teniendo en cuenta las características del mundo laboral y de la economía, el autoempleo se convierte en una de las alternativas más importantes de la inserción laboral.

Al finalizar sus estudios, los estudiantes universitarios se encuentran en un momento de incertidumbre sobre su futuro laboral, decisiones que podrían conducir a una dependencia laboral o a la generación de un propio emprendimiento (Olmos & Castillo, 2008).

Según Krueger (2007) el análisis de las intenciones de emprendimiento debe considerar una evaluación más profunda sobre el modo de pensar de los emprendedores universitarios, que podría mejorar el impacto del entrenamiento y la capacitación en emprendimiento. Se ha evidenciado que los individuos que experimentan formación emprendedora, presentan un cambio significativo de sus actitudes e intenciones (Mitchell, 2005; Peterman & Kennedy, 2003). Sin embargo, Hassan y Wafa (2012) indicaron que hay diferencias significativas en las intenciones empresariales entre los universitarios que siguen programas de estudio en ciencias, porque son significativamente mayores comparados con los estudiantes de negocios o de artes. Son pocos los graduados de las escuelas de negocios que se embarcan inmediatamente en un emprendimiento después de la graduación, la mayoría prefiere trabajar para otros en un primera etapa (Collins, Hannon & Smith 2004; Kwong & Thompson, 2016). La decisión de esperar es

para disminuir el riesgo de fracaso, que se encuentra en el nivel más alto en la etapa inicial de una nueva empresa (Choi, Levesque & Shepherd, 2008; Kwong & Thompson, 2016).

Merino y Vargas Chanes (2011) indicaron que las personas jóvenes tienen una mayor afinidad hacia la actividad emprendedora, al igual que aquellos que poseen mayor preparación académica. A pesar del creciente interés en la creación emprendimientos académicos, pocas investigaciones han identificado los factores que pueden fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios (Saeed, Yousafzai, Yani De Soriano, & Muffatto, 2015; Walter, Auer, & Ritter 2006).

Sin embargo, en Tacna existe una alta tasa de desempleo como señala la Dirección Regional de Trabajo, en el informe del año 2018, un 3.2% de la población joven se encuentra sin empleo. Así mismo se observa en la práctica diaria que los estudiantes no tienen interés por emprender. Aparentemente está relacionada con componentes subjetivos de la persona, como la actitud, la motivación de logro y la creencia de sus propias habilidades.

De este modo se considera un estudio necesario de los factores psicológicos como las actitudes emprendedoras y la autoeficacia emprendedora que influyen en la actitud emprendedora de los estudiantes de décimo ciclo de las carreras profesionales de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna. Ya que el éxito de la creación de una nueva empresa depende de fundamentalmente de la decisión del sujeto emprendedor que arriesga sus recursos para trabajar por cuenta propia (Comisión de las Comunidades Europeas 2003).

1.2. Formulación del Problema

La descripción del problema nos lleva a la formulación de las siguientes preguntas.

1.2.1. Problema Principal

¿Cómo influye la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influye el desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?
- ¿Cómo influye el desarrollo de recursos humanos clave en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?
- ¿Cómo influyen las relaciones con inversores en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?
- ¿Cómo influye el entorno innovador en Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?

- ¿Cómo influye trabajar bajo estrés en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de ingeniería comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?

1.3. Justificación de la investigación

La investigación resulta relevante para la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, debido a que el documento se presenta como un residente y diagnóstico para que se puedan tomar medidas que permita mejorarla calidad de aprendizaje de los alumnos.

A. RELEVANCIA ECONÓMICA

Al pasar los años, se ha hablado del emprendimiento con más frecuencia que antes, pues se ha demostrado que es un tema de importancia, ya que permite en el aumento, generación del empleo y en el crecimiento económico de los países.

B. RELEVANCIA SOCIAL

La realización de la presente tesis, representa un documento fiable, tomando en cuenta la realidad en la que nos encontramos, es posible que la Universidad Privada de Tacna logre superar las debilidades y fortalecer aquellas buenas prácticas de gestión, todo en bien del desarrollo de los alumnos.

C. UTILIDAD METODOLÓGICA

Es necesario analizar cada variable de estudio con la finalidad de resolver la problemática con el uso de técnicas metodológicas para recabar información, y que conduzcan a resolver la hipótesis planteada, lo que implica la necesidad de aplicar el método científico y proponer herramientas novedosas para recopilar datos, por lo que la investigación logra su justificación metodológica.

D. IMPLICANCIAS PRÁCTICAS

El estudio brindará información acerca del emprendimiento y la autoeficacia en las distintas esferas, como una posibilidad para que la universidad tome medidas de mejora, a través de sus proyectos y programas, y de esta manera fomentar el emprendimiento en sus educandos, generar las herramientas para que puedan adquirir destrezas que permitan convertirse en profesionales visionarios que viabilicen la creación de nuevas oportunidades y empresas.

E. VALOR TEÓRICO

Debido a que la investigación presenta un nuevo marco de referencia para futuras investigaciones en el campo de estudio del emprendimiento. Así mismo se genera aportes a las teorías previamente formuladas, que permiten compararlas con la realidad problemática existente

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar la influencia del desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019
- Determinar la influencia del desarrollo de recursos humanos en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- Determinar la influencia las relaciones con inversores en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- Determinar la influencia del entorno Innovador en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- Determinar cómo influye el trabajo bajo estrés en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La autoeficacia influye significativamente en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- El desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado influyen en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- El desarrollo de recursos humanos clave influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- Las relaciones con inversores influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- El entorno Innovador influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.
- El trabajo bajo estrés influye en la en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para la presente investigación se han analizado investigaciones relacionados al tema de autoeficacia y emprendimiento, las cuales sirven de referencia al problema planteado.

2.1.1. Internacionales

En el ámbito internacional existen investigaciones sobre:

Navarro (2016) Presentó su memoria titulada “Medición de la autoeficacia emprendedora, en los alumnos de primer año de técnico universitario en administración, de la universidad del Bío-Bío, Chillán”, para optar el título de técnico universitario en Administración de la Universidad de Chillán en Chile.

El objetivo de la investigación fue Analizar la autoeficacia emprendedora de los estudiantes TUA de primer año del departamento de Gestión de Empresas de Chillan.

Respecto al diseño de estudio fue de tipo cuantitativo y pretende descubrir si los estudiantes de primer año del área de ciencias empresariales poseen las características para ser emprendedores, por cuanto, las universidades brindan los conocimientos y los instrumentos durante la duración de su formación profesional para complementar la autoeficacia emprendedora del alumno.

La investigación concluyó que a través de la encuesta aplicada, los estudiantes si presentan autoeficacia emprendedora en todas las sub escalas analizadas donde los rangos van de capaz, muy capaz, y, perfectamente capaz; por lo tanto una mayor asimilación del riesgo inherente frente al emprendimiento, lo que implica que el sistema cada día irá desarrollando nuevas herramientas que permitan medir la autoeficacia emprendedora dentro de un universo más complejo y variado.

Krauss (2011) presentó su artículo titulado “Actitudes Emprendedoras de los estudiantes Universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay”.

El artículo tiene por finalidad desarrollar actitudes emprendedoras en los estudiantes de tal manera que una gran mayoría de estudiantes se gradúe con una mentalidad emprendedora se desarrolle como tal y de esta forma contribuya al desarrollo del país, a generar e incrementar empleos.

Se utilizaron varias metodologías, estas fueron: análisis de componentes principales, diferencias de las medias poblacionales, análisis de varianza, análisis factorial, y análisis de correspondencias múltiples.

La investigación finaliza con la conclusión que la única forma en que se puede desarrollar el emprendimiento es mediante acciones, es decir aprender haciendo; y para formar emprendedores hay que incrementar las actitudes emprendedoras, desarrollar la inteligencia emocional, y educar por competencias.

Acosta (2017) En su artículo científico titulado: “Factores que conforman la intención emprendedora de estudiantes de la Universidad de Guayaquil” realizado en la Universidad de Guayaquil.

2.1.2. Nacionales

Merino (2015) su tesis denominada “Autoconcepto personal, toma de decisiones y autoeficacia emprendedora en estudiantes de Administración de la Universidad nacional de Educación Enrique Guzmán Valle” para optar el grado académico de Doctor en Psicología Educacional y Tutorial.

La investigación tuvo como objetivo establecer la existencia de la relación entre el auto concepto personal, la toma de decisiones y la autoeficacia emprendedora en estudiantes de administración de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.

El diseño de investigación utilizado fue el Descriptivo- Correlacional, transaccional, ya que se trató de establecer el grado de relación existente entre el auto concepto personal, la toma de decisiones y la autoeficacia emprendedora en estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de Educación "Enrique Guzmán y Valle".

El análisis estadístico de los datos obtenidos permite arribar a la siguiente conclusión: Existe relación significativa parcial entre el auto concepto personal, la toma de decisiones y la autoeficacia emprendedora en los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de Educación "Enrique Guzmán y Valle".

Vargas (2017), presentó su tesis titulada “Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora, sobre la intención emprendedora en los estudiantes de Ciencias Empresariales de la

Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco” para ascender al grado académico de Doctora en Psicología.

El objetivo de la Investigación fue analizar la influencia de la actitud emprendedora, cuáles son las motivaciones de los jóvenes para crear empresas, los conocimientos empresariales que poseen y los obstáculos existentes para establecer una empresa en los estudiantes del área de ciencias empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

Para el desarrollo de la investigación se usó el diseño transeccional correlacional- causal. El método de investigación usado fue descriptivo no experimental, ya que describe situaciones y eventos, además mide diversos aspectos del fenómeno a investigar.

La conclusión fue que se encontró una correlación positiva y significativa es decir que estudiantes universitarios de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco poseen un alto nivel de Emprendimiento.

2.1.3. Locales

No se ha encontrado antecedentes locales con las variables autoeficacia y actitud emprendedora.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable Independiente: La Autoeficacia

La autoeficacia emprendedora es la confianza de las personas en sus propias habilidades y capacidades para llevar a cabo las acciones y tareas específicas implicadas en la realización de una nueva empresa (De noble, Ehrlich, & Jung, 2001)

Bandura y Walters (1977) realizaron un estudio donde se definió la autoeficacia como una variable motivacional que influye en el comportamiento de una persona para poder confrontar obstáculos y situaciones adversas.

2.2.1.1. Definición de Autoeficacia

Según Bandura, se refiere a la autoeficacia como la creencia en la capacidad que se tiene de uno mismo al momento de organizar y ejecutar las acciones necesarias para llevar a cabo diferentes actividades. Bandura afirma que creer en uno mismo, determina la forma de pensar, de comportarse y de sentir.

Desde que Bandura publicó en 1977, *«Auto- Eficacia: cómo afrontamos los cambios de la sociedad actual»*, la autoeficacia se ha convertido en uno de los temas más estudiados en psicología ya que, como el mismo autor, psicólogos e investigadores han demostrado que la autoeficacia puede tener un alto impacto tanto en la vida cotidiana como en la vida profesional.

Por otro lado, Sánchez García (2017) dice que las principales características de la personalidad emprendedora son: Autoeficacia, Locus de Control, Riesgo y Proactividad. (p. 37).

De modo específico, cuando se trata del emprendimiento Aponte, (2015) indica que se refiere al “juicio que hacen las personas sobre su capacidad de manejar un negocio, analizar la rentabilidad, liderar y otros, aspectos referentes al negocio” (p. 21).

2.2.1.2. Teoría de la Autoeficacia de Albert Bandura (1977):

Bandura (1977) Desarrolló la teoría de la autoeficacia, él explica que el comportamiento se adquiere de un entorno social a través del aprendizaje, es decir que nuestro comportamiento viene determinado por nuestras respuestas por lo que aprendemos ante determinados estímulos que provienen de nuestro entorno social.

Esta teoría también menciona que las creencias que poseen las personas se suelen formar a través de experiencias pasadas, y pueden cambiar el futuro, es decir que influyen como motivadores en las acciones y decisiones que una persona puede tomar.

Poseer una autoeficacia elevada es necesario para una buena realización de actividades, pero no es suficiente, también es fundamental que el individuo se sienta motivado y con las habilidades necesarias para la creación de una empresa.

2.2.1.3. Fuentes de la Autoeficacia:

Según Bandura, las creencias de autoeficacia se forman a partir de cuatro fuentes:

- **Logros de ejecución**

Las experiencias positivas y negativas por las que las personas atraviesan pueden influir significativamente en la capacidad de un individuo para realizar determinadas tareas. Si una persona realizó bien en una tarea previamente, es más probable que se sienta capaz y tenga un buen desempeño en tareas similares. (Bandura, 1977, p. 195)

- **Aprendizaje Vicario u Observación**

Esta etapa es una de las más importantes, ya que cuando una persona ve que otra es exitosa, eso lo motivará a hacer lo mismo, por lo tanto poseerá las capacidades suficientes para desempeñarse de manera adecuada para también ser exitoso. Este punto es relevante cuando las personas no son conscientes de sus propias capacidades o no tienen experiencia en la tarea a realizar.

Una persona puede ver a alguien en una posición similar, y luego comparar su propia competencia con la competencia del otro individuo (Bandura, 1977).

- **Persuasión Verbal**

La persuasión verbal tiene importancia especialmente en aquellas personas que tienen un alto nivel de autoeficacia y necesitan solamente un poco más de confianza en ellos mismos para ser exitosos. Redmond (2016).

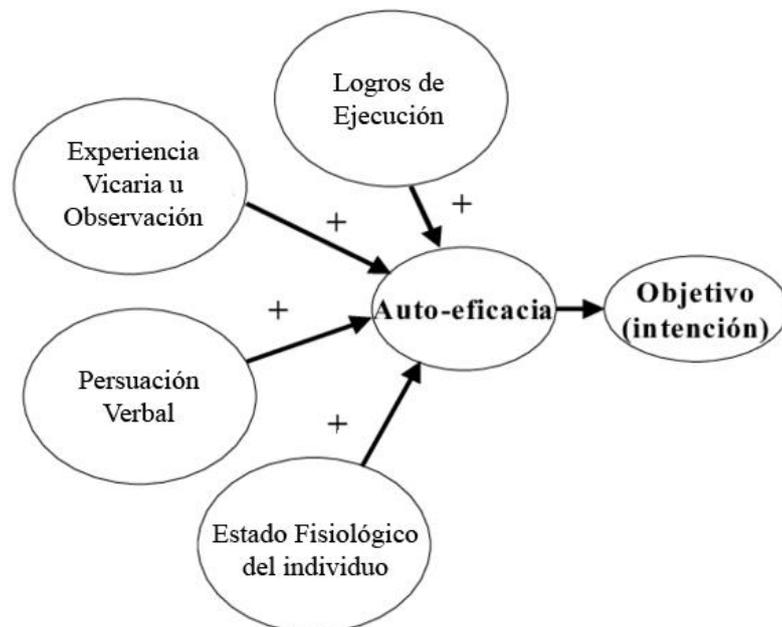


Ilustración 1. Fuentes de la Autoeficacia de Albert Bandura

Fuente: Elaboración Propia.

2.2.1.4. Dimensiones de la Autoeficacia Emprendedora

Para Definir estas dimensiones, se utilizó la adaptación y validación en España de la Escala de Autoeficacia Emprendedora realizada por Juan A. Moriano, Francisco J. Palací y José F. Morales, las cuales se usaron para evaluar las creencias del individuo sobre su propia capacidad para crear y gestionar una nueva empresa con éxito:

- **Desarrollar nuevos Productos y oportunidades de Mercado**

Los emprendedores deben creer en su capacidad creativa para captar oportunidades que le permitan desarrollar sus productos o servicios, así como también poder adaptarse a los cambios del mercado. Así mismo, saber reconocer las oportunidades que se presentan es un paso de suma importancia demostrada por distintos autores en la investigación sobre emprendimiento. (Chell, Krueger, & Alan, 2000)

- ✓ **Mejora de Productos existentes** La innovación de producto, se presenta cuando las características de un producto sufren cambios o se renuevan en beneficio del producto o servicio, hay dos tipos de innovación según el nivel de originalidad: las innovaciones incrementales, que se basan en mejoras que se realizan sobre un producto que ya existe en el mercado; y la otra clase son las innovaciones radicales que se refiere a la incorporación de tecnología para desarrollar un producto o servicio totalmente nuevo e innovador. (Qui & Wang, 2006).

✓ **Crear Productos que satisfagan necesidades no cubiertas:** La creación de nuevos productos es una de las mayores dificultades de las empresas para atender a mercados cada vez más estrictos en un entorno altamente competitivo en el aspecto legal, social y económico. Hacer frente a estas contingencias requiere esfuerzo e integridad. Esfuerzo para mejorar día a día, crear necesidades y satisfacer a los clientes mediante productos innovadores.

- **Desarrollar los recursos humanos clave:**

Un emprendedor debe tener la habilidad para atraer y retener individuos que son claves en la creación de una nueva empresa.

✓ **Reclutar y entrenar a los empleados clave:** Es sustancial incorporar y seleccionar personas con las actitudes y competencias necesarias para realizar distintas tareas, por consiguiente será necesario formarlas y entrenarlas para que el trabajo sea realizado de manera adecuada; un buen equipo debe estar siempre centrado y motivado para que sus esfuerzos estén concentrados en esos mismos objetivos, y, finalmente es fundamental supervisar y controlar todas las actividades que sean desplegadas por parte de los empleados para así poder corregir algunas deficiencias en caso de haberlas.

✓ **Construir equipos de gestión:** Schneider & Bowen, (1993) mencionan que la gestión de recursos humanos al interior de una empresa se vuelve un campo de la más elevada importancia en la administración. Por otro lado en la gestión de

los recursos humanos y más concretamente de los empleados de contacto en las empresas de servicios, existe, como en todo proceso, un buen número de etapas (Chebat, Filiatrault & Harvey, 1999; Eiglier & Langeard, 1989) para garantizar un servicio de calidad a los clientes en la interacción cliente-empleado (Haynes & Fryer, 2000) y lograr, así, una fuerte diferenciación con los competidores.

- **Iniciar relaciones con Inversores:**

En la época tecnológica en la que nos encontramos en la actualidad es de vital importancia que los emprendedores hagan uso de las redes sociales para que de esta manera se puedan establecer contactos que les permitan captar clientes futuros para su empresa futura.

- ✓ **Desarrollar relaciones con inversores:** La disciplina de Relaciones con Inversores se está constituyendo en un área fundamental dentro de las organizaciones, la función de Relaciones con Inversores se basa tanto para las empresas cotizadas que desarrollan esta función como para las empresas de comunicación financiera, de esta manera se podrá añadir valor a los productos o servicios.

- ✓ **Formar Alianzas estratégicas:** Crear una Alianza estratégica es una sociedad que puede traer múltiples beneficios a las empresas que se encuentren asociadas ya que a través del intercambio de tecnologías, habilidades pueden acelerar el crecimiento de su empresa mediante el acceso a nuevas oportunidades favorables para ambos.

- **Construir un entorno Innovador:**

Esta dimensión se centra en la capacidad del individuo para estimular la creatividad, iniciativa y lograr que las personas que trabajen con él se sientan comprometidas y con responsabilidades, el emprendedor debe creer en su capacidad para construir un entorno a partir de cero que favorezca la innovación. Según Chen & Ren-JyeLiu,(2004) afirman que este factor de la escala ESE está bastante relacionado con la dimensión “asunción de riesgos e innovación” ya que para poder crear un entorno innovador será necesario estar dispuesto a los cambios que sean necesarios.

✓ **Crear un entorno laboral donde las personas se sientan motivadas a hacer cosas nuevas:** Las empresas líderes en el mercado han tomado en cuenta las lecciones que han aprendido a lo largo su camino. Una de ellas es, fomentar un ambiente de trabajo que sea ameno, placentero, divertido y que sobretodo inspire a los empleados a disfrutar de su trabajo mediante actividades donde puedan desarrollar sus habilidades, si las demás empresas tomaran esta acción, puede generar enormes beneficios. Hay que resaltar que los trabajadores satisfechos y felices son empleados leales y que pueden aportar muchas buenas ideas a la empresa.

✓ **Tomar la Iniciativa:** Tomar la iniciativa significa reconocer nuestra responsabilidad y tomar conciencia que solo nosotros tenemos la capacidad de lograr que las cosas salgan como lo tenemos planeado. Como decía James D Houston: “Si

quieres tener algo en tu vida que nunca has tenido, deberás hacer algo que nunca has hecho”.

- **Trabajar bajo estrés:**

Este aspecto se refiere a la capacidad de trabajar bajo situaciones complicadas. Empezar significa dejar atrás el confort por lo tanto requiere un desenvolvimiento rápido y saber lidiar con entornos laborales estresantes.

- ✓ **Trabajar bajo presión:** Alles (2016) menciona “es la habilidad para actuar de manera eficaz ante situaciones de presión de tiempo o de mucha exigencia. La mejor manera de trabajar bajo presión sin estresarse tanto es organizar el tiempo y priorizar actividades, actualmente, el trabajar bajo presión cada vez aumenta más en el mercado laboral. (Bussenius, Horst, 2007).

- ✓ **Persistir frente a la adversidad:** (Grotberg, 1995) define a la resiliencia como las habilidades y competencias para enfrentar positivamente acontecimientos negativos, los cuales deben ser afrontados de forma constructiva, a pesar de los cuales la persona puede aprender sus errores, madurar, crecer como persona y autorealizarse.

2.2.2. Variable Dependiente: Actitud Emprendedora

2.2.2.1. Importancia de la Actitud Emprendedora:

En la actualidad cada vez es más relevante el compromiso de los jóvenes con mentalidad empresarial, con el objetivo que sean parte de la innovación, del cambio y del progreso económico.

La actitud emprendedora se muestra en personas que tienen las habilidades, la rigurosidad, la dedicación y la motivación para concretizar visiones y desarrollar oportunidades económicas que lleven a la producción de bienes y servicios necesarios para la satisfacer las necesidades de los clientes. En las Universidades de la Ciudad de Tacna es necesario motivar ese espíritu y desarrollarlo en caso que no exista. , así también se debe inculcar que la perseverancia y rigurosidad son la única forma de insertarse en el entorno empresarial. “El líder nace y se hace, en la medida en que responda creativamente a los procesos sociohistóricos en que le corresponde vivir y realizar su existencia y vocación” (El Espectador, 2000).

2.2.2.2. Definición de la Actitud Emprendedora

Es la capacidad de iniciar o crear un proyecto o emprender teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, es la determinación de actuar en busca de nuestros sueños, luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad (Más, 2017, pág. 1).

Fishbein & Ajzen (1980) en la teoría del comportamiento planificado señalan que para pronosticar la intención de una persona en practicar determinada conducta, es necesario analizar cuáles son las actitudes que poseen las personas frente a distintas actividades. (p. 278).

Sánchez, (2010,) Afirma que los emprendedores dedican más esfuerzo y persisten en los resultados deseados pues son capaces de controlar el entorno propio. Un individuo con actitud emprendedora no copia emprendimientos

de otros, sino que se esfuerza por desarrollar y crear cosas nuevas, y se empeña para lograrlo. (p. 9)

Las siguientes dimensiones plantean describir a las personas con actitud emprendedora, pues según estos autores sus acciones se orientan a la creatividad e imaginación, otorgándole al futuro emprendedor una personalidad innovadora y proactiva. (Roth & Lacoa, 2009, pág. 38)

- **Optimismo:** “Es actitud positiva frente a las adversidades, en donde se tiene una alta confianza de lograr proyectos exitosos, afrontar problemas sin temor alguno y con disposición a emprender ideas novedosas.” (Parra, Rubio, & Lopez, 2017, p. 264)

- **Pro actividad:** “Es la adaptación a cambios nuevos, ser proactivo involucra plantearse nuevos retos, apuntar a la excelencia optimizando procesos dando lo mejor de sí mismo.” (Parra, Rubio, & Lopez, 2017, p. 264).

- **Persistencia:** “Se refiere a reconocer los propios errores, aprender de ellos y la persistencia para no darse por vencido e intentarlo nuevamente, los emprendedores persistentes no abandonan sus proyectos cuando tiene situaciones adversas, sino que busca soluciones para resolver el problema.” (Parra, Rubio, & Lopez, 2017, p. 264).

- **Creatividad e Innovación:** “Se trata de una capacidad de los individuos donde hacen uso de su imaginación para crear elementos únicos y originales. La creatividad produce soluciones diferentes y

nuevas ante las problemáticas que se podrían presentar en la vida cotidiana”. (Parra, Rubio, & Lopez, 2017, p. 264)

2.2.2.3. Componentes que intervienen en la Actitud Emprendedora

En el presente trabajo se tomaron en cuenta las dimensiones: necesidad de logro, innovación, control percibido interno, propensión a correr riesgo y la autoestima que son los que mide el instrumento EAO siglas que en inglés significa Entrepreneurship Attitude Orientation Scale. Estos son factores relevantes en el perfil del emprendedor (López, I., Santos, B. & Bueno, Y., 2004).

A continuación, se describe cada dimensión mencionada:

- **Necesidad de Logro:**

La necesidad de logro es una de las característica básicas que debe poseer un emprendedor, y a partir de él, señala 3 situaciones que resultan muy notables debido a su habilidad para involucrar y satisfacer la necesidad de logro.

- ✓ **Realización de Tareas difíciles:** El rendimiento de una tarea relativamente difícil, predomina mucho más en las personas que poseen gran necesidad de logro, aquellos que tienen la necesidad de sobresalir entre los demás. las tareas difíciles otorgan mejores habilidades al momento de enfrentar dificultades, por lo tanto cultivan de manera óptima emociones como el orgullo y la satisfacción. Mientras más sea la necesidad de logro de una persona, mayor será la

tendencia de buscar información respecto a sus habilidades.

(Castillo, s.f., pág. 2)

- ✓ **Competencia:** “La competencia es el grado en que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz, una persona competente tiene la capacidad de lograr resultados en momentos críticos y de sobresalir sin importar las circunstancias.” (Cast & Burke, 2002, p.58).

La competencia interpersonal, manifiesta en la gran medida el dilema de la toma de riesgo incluido en los escenarios de logro. Quienes tienen más necesidad de logro, buscan descubrir sus habilidades y oportunidad para probar sus destrezas, les atraen actividades que les permiten la autoevaluación y disfrutan las oportunidades que pongan en prueba su habilidad.

“La competencia ofrece estos atributos, y es por lo tanto atractiva para quienes tienen gran necesidad de logro” (Harackiewicz y Elliot, 1993).

- ✓ **Habilidades Empresariales:** McClelland (1971), señala que quienes tienen más necesidad de logro, suelen mostrar el patrón conductual de los empresarios. En el estudio que realizó demostró que más que la habilidad empresarial, los que tienen gran necesidad de logro prefieren casi cualquier ocupación que les ofrezca desafío, responsabilidad personal y rápida retroalimentación del rendimiento (Jenkins, 1987).

- **Propensión a correr riesgos:**

Espiritu Olmos & Sastre Castillo, (2007), Reportó que los estudiantes con alta propensión al riesgo tenían más intención de emprender un negocio. Además, un individuo con actitud emprendedora, lejos de copiar emprendimientos, se esfuerza por desarrollar y crear cosas nuevas, relación que también se observa en los resultados de Moriano. (pág. 22)

(Meredith, Nelson y Neck, 1986), afirman que la mayoría de la gente evita los riesgos porque prefiere la seguridad y desea eludir los fracasos. Estos autores afirman que existe una relación entre las características del empresario, especialmente en lo que concierne a la capacidad para asumir riesgos en su relación con:

- La capacidad de innovación, siendo esencial para plasmar las ideas en realidades.
- La confianza en uno mismo y en el propio poder para determinar los resultados de sus decisiones, siendo la apreciación sobre las propias aptitudes realista.

Parece que el hecho de relacionar directamente la asunción de riesgos y la creación de empresa está pasando a un segundo plano, ya que, si bien es una relación lógica dado que se trata de una situación de incertidumbre, está siendo muy bien matizada por la mayoría de los autores quienes aclaran que el emprendedor no es un amante del riesgo, sino alguien que está dispuesto a abordar riesgos, sí, pero moderados, y en última instancia, hará todo lo que esté en sus manos para reducirlos al mínimo.

✓ **Toma de decisiones:** Tomar decisiones es muy importante al momento de emprender, la mayor parte del éxito en el mundo de los negocios depende de la toma de buenas decisiones, para poder enfrentar un problema y así aprovechar una oportunidad beneficiosa para la empresa.

✓ **Confianza en sí mismo:** Para Marden (1921), la confianza en uno mismo es una parte esencial de las personas, si las personas creen en ellos mismos, serán capaces de tomar riesgos sin importar si los resultados son positivos o negativos. El mejor estímulo es convencernos que somos capaces de llevar a cabo diversas actividades sin temor alguno de fallar.

- **Control percibido Interno:**

Otra de las cualidades imprescindibles en un potencial emprendedor donde existe un gran consenso es la de control percibido interno. Lo verdaderamente determinante a la hora de decidir crear una empresa es la manera en como afrontamos y controlamos los resultados futuros.

Una persona con control percibido interno es más persuasiva que quien lo percibe externo, más activo buscando información estratégica y conocimientos y procesa mejor esa información, y es más propenso a olvidar los recuerdos del fracaso (Brockhaus, 1982).

✓ **Control sobre resultados futuros:** Arnoletto, (2010), reafirma que toda organización procura alcanzar los objetivos trazados y que para lograrlo necesitan tener un mecanismo de regulación, a través de un análisis de estrategias pueden determinar el nivel de cumplimiento de los objetivos

planificados, e indicar cursos de acción viables hacia el futuro.
(p. 246).

- **Innovación:**

Joseph Schumpeter reafirma que la innovación es un proceso especial que hace que las personas tengan la necesidad de salir de la rutina, nadar contra corriente, y es entonces cuando surgen las dificultades. (Schumpeter, 2015, p. 416)

- **Creatividad:** “La creatividad es un proceso mental complicado, el cual implica: actitudes, experiencias, originalidad y juego, para lograr un aporte diferente a lo que ya existía”. (Esquivias, 1997)
- **Comunicación:** Practicar y aplicar un modelo de escucha activa, esto ayudará a compartir ideas, aceptando y dando a conocer puntos de vista diferentes. Para poder Innovar es importante que la idea o solamente se quede como tal sin que es necesario llevarla a la práctica.
- **Experimentación:** Motivar a los colaboradores a trabajar bajo el modelo prueba-error, aunque no salga según lo planeado, siempre debe existir una motivación en el equipo que aliente a intentarlo nuevamente. (Manpower Group, 2018).

Es recomendable pensar en un diseño de un espacio coworking, el cual será ideal para experimentar con las ideas, (Paz, 2015).

- **Autoestima:**

Otra variable que contempla el cuestionario es la autoestima, según Robbins & Judge (2009) es la imagen que tenemos de nosotros mismos, ya sea de manera positiva o negativa, tener un nivel de autoestima alto permite que las personas se sientan capaces y se sientan felices con ellos mismos. (p. 111)

- ✓ **Autovaloración:** Se refiere a la capacidad de analizar y valorar las fortalezas que una persona posee, aquellas que le hacen sentir bien consigo mismo, una persona que se auto valora es capaz de crecer y aprender de sus errores.
- ✓ **Autoconocimiento:** Se refiere a conocerse a sí mismo, reconocer las habilidades, necesidades, potenciales y debilidades, observar nuestras acciones, como actuamos, porqué actuamos y que sentimos.

2.3. Definición de Conceptos Básicos

A. Autoeficacia

La autoeficacia se basa en las creencias que los individuos tienen acerca de sus propias capacidades, habilidades y la confianza en ellos mismos para alcanzar sus objetivos o enfrentar una situación complicada.

B. Emprendimiento

“El emprendimiento es un proceso que inicia con la intención de iniciar un proyecto y continúa con la realización de actividades con el fin de crear un negocio hasta que se convierta en una empresa que sea capaz de generar ingresos” (Iñaqui, Maribel, & L., 2014).

C. Motivación

Una motivación se basa en aquellas cosas que estimulan e inducen a las personas a realizar varias acciones y tener un comportamiento perseverante y positivo hasta cumplir todos los objetivos propuestos. Además, está asociada a la voluntad y al interés.

D. Logro:

Un logro es obtener aquello que se ha venido intentando desde hace un tiempo, donde hubieron esfuerzos tanto físicos como psíquicos para finalmente conseguirlo y hacerlo una realidad. (Ucha, 2010).

E. Fracaso:

Se entiende por fracaso al resultado contrario que una persona espera, se da como respuesta al fallo de un proyecto o trabajo que haya presentado ante otros y que no tuvo el resultado positivo que se esperaba.

F. Perspectiva:

La perspectiva es el punto de vista sobre una situación determinada. En un grupo de individuos puede haber diferentes perspectivas ya que cada integrante analiza las situaciones de diferente manera.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es básica, ya que en esta investigación no se manipularán las variables, sino se basará en las teorías científicas con respecto a la autoeficacia y la Actitud Emprendedora para analizar los efectos de una en otra, siendo aplicada a los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación es explicativo causal, ya que el objetivo de la investigación es determinar si existe o no influencia de la Autoeficacia en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera Profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna, siendo la variable independiente la causa y la variable dependiente la consecuencia.

3.3. Diseño de Investigación

El diseño de investigación es no experimental, ya que se observarán los fenómenos como se dan en su contexto natural para luego ser analizados, es decir, no se realizará manipulación ni modificación alguna de las condiciones o características del objeto de estudios. Además, la investigación es de corte transversal, ya que la recolección de los datos se realizará en un único momento en el tiempo y espacio para toda la muestra.

3.4. Ámbito de la Investigación

Para la investigación presente, los instrumentos serán aplicados a toda la población, siendo un total de 64 alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna.

3.5 Variables e indicadores

3.5.1. Identificación de la Variable

- a) Variable Independiente: Autoeficacia
- b) Variable Dependiente: Actitud Emprendedora

3.5.2. Operacionalización de variables:

Tabla 1
Operacionalización de la variable Independiente

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Autoeficacia	“La autoeficacia emprendedora alude a la creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo eficazmente las acciones y tareas específicas implicadas en la creación y desarrollo de una nueva empresa”. (Jung & Ehrlich, 1999).	Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de Productos existentes. Crear productos que satisfagan necesidades no cubiertas 	P1, P2	Escala de intervalo. Categorías: 1 = Totalmente en Desacuerdo. 2 = Bastante en Desacuerdo 3 = En desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Bastante de acuerdo. 6= Totalmente de acuerdo
		Desarrollar recursos humanos clave	<ul style="list-style-type: none"> Reclutar y entrenar a los empleados clave Construir equipos de Gestión 	P3, P4, P5	
		Iniciar relaciones con inversores	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar relaciones con inversores. Formar alianzas estratégicas 	P6, P7, P8	
		Construir un entorno Innovador	<ul style="list-style-type: none"> Crear un entorno laboral donde las personas se sientan motivadas a hacer cosas nuevas. Tomar la iniciativa. 	P9, P10	
		Trabajar bajo estrés	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar bajo presión Persistir frente a l adversidad.. 	P11, P12	

La tabla muestra la operacionalización de la variable Independiente *Autoeficacia*, indicando la escala de medición y los ítems respectivamente.

Tabla 2
Operacionalización de la variable Dependiente

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Actitud Emprendedora	“Es la capacidad de crear o iniciar un proyecto o una empresa teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la determinación de actuar en pro de nuestros sueños, luchando a diario con perseverancia hasta hacerlos realidad”(Mas, 2008)	Necesidad de Logro	<ul style="list-style-type: none"> Realización de tareas difíciles. Competencia Habilidades Empresariales 	P1, P2; P3, P4, P5, P6	Escala ordinal. Categorías: 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = Bastante en desacuerdo 3 = En desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Bastante de acuerdo 6=Totalmente de acuerdo
		Propensión a correr riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones. Confianza en si mismo. 	P7,P8,P9	
		Control percibido Interno	<ul style="list-style-type: none"> Control sobre resultados futuros 	P10, P11	
		Innovación	<ul style="list-style-type: none"> Creatividad Comunicación Experimentación 	P12, P13, P14, P15	
		Autoestima	<ul style="list-style-type: none"> Autovaloración Autoconocimiento 	P16,P17, P18,P19	

La tabla muestra la operacionalización de la variable Dependiente *Actitud Emprendedora*, indicando la escala de medición y los ítems respectivamente.

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Población

En la presente investigación, la población se encuentra conformada por un total de 64 alumnos de décimo ciclo de la carrera Profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.

3.6.2. Muestra

Debido a que la población es relativamente pequeña se ha decidido trabajar con la totalidad de sus miembros. Para ello se utilizará un censo.

3.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos

3.7.1. Técnicas

En la investigación se obtendrá la información a través de la técnica de la encuesta, el cual es un conjunto de preguntas que se realiza con el propósito de obtener información la cual será procesada y analizada, según los objetivos presentes.

3.7.2. Instrumentos

El instrumento utilizado para el levantamiento de información primaria, lo constituye el cuestionario. Ambos fueron realizados para realidades distintas a la nuestra y han sido ya validados.

3.8. Validación del Instrumento de Investigación

3.8.1. Validación

- **Variable Independiente:** Autoeficacia

El instrumento para medir la autoeficacia es un cuestionario el cual ha sido formulados originalmente por De Noble, Jung y Ehrlich realizada en el año 1999) conocida como Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE), habiendo una versión adaptada y validada en castellano por Moriano et al. (2006).

- **Variable Dependiente:** Actitud Emprendedora.

El Test de Actitud Emprendedora Global basado en el “Entrepreneurial Attitude Orientation” (EAO) Scale, desarrollado en Estados Unidos por (Robinson, 1991) versión adaptada por Asunción Ibañez.

3.8.2. Procesamiento y análisis de datos

En la investigación, se hará uso del programa estadístico IBM SPSS Statistics Versión 21, el cual contiene diversas herramientas donde se hará uso en primera parte del Alfa de Cronbach para determinar el grado de confiabilidad de los instrumentos. Luego, mediante la estadística descriptiva, se obtendrá las tablas de frecuencia con respecto a cada ítem que se haya formulado en los instrumentos correspondientes para poder analizar e interpretar los resultados. Además, se hará uso de la estadística inferencial, para la comprobación de hipótesis, aplicando el modelo de regresión lineal simple, obteniendo así si existe o no influencia de la autoeficacia en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna.

3.8.3. Fiabilidad General Autoeficacia y Actitud Emprendedora

A continuación, se muestra los resultados de Alfa de Cronbach general para ambas variables Autoeficacia y Actitud Emprendedora

Tabla 3
Estadístico de fiabilidad Autoeficacia y Actitud Emprendedora

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,938	,943	31

3.8.4. Fiabilidad de la Autoeficacia

Se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.931, el cual representa una alta fiabilidad y consistencia interna de la escala.

Tabla 4
Estadísticos de fiabilidad de la Autoeficacia

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,931	,928	12

3.8.5. Fiabilidad de la Actitud Emprendedora

Se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.857, el cual representa una alta fiabilidad y consistencia interna de la escala.

Tabla 5
Estadísticos de fiabilidad de la Actitud Emprendedora

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,857	,872	19

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. Descripción del Trabajo de Campo

El 04 de julio, se procedió a realizar la encuesta a los alumnos de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de décimo ciclo, la cual se realizó satisfactoriamente.

Las encuestas fueron aplicadas de manera presencial, el tiempo que se empleó para contestar al cuestionario fue de 10 minutos aproximadamente, antes de iniciar el llenado de las encuestas se les dió alcance a los alumnos encuestados, el objetivo de la investigación.

4.2. Análisis Estadístico

4.2.1. Resultados de la Variable Independiente: Autoeficacia

4.2.1.1. Análisis por Dimensión

La variable Independiente cuenta con cinco dimensiones:

- Desarrollar nuevos productos y oportunidades de Mercado
- Desarrollar recursos humanos clave
- Iniciar relaciones con Inversores
- Construir un entorno innovador
- Trabajar bajo estrés

4.2.1.1.1. Desarrollar nuevos productos y oportunidades de Mercado:

Tabla 6

Desarrollar nuevos productos y oportunidades de Mercado

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En Desacuerdo	3	4,7
	De Acuerdo	42	65,6
	Bastante de Acuerdo	15	23,4
	Totalmente de Acuerdo	4	6,3
	Total	64	100,0

Interpretación

Según la encuesta realizada un 66% de los alumnos encuestados indicaron que están “de acuerdo”, por su parte un 23% indica que están “bastante de acuerdo”. Cuando se crea un nuevo producto se debe tomar en cuenta que es un procedimiento que requiere organización, planificación, seguimiento y control. Los emprendedores que invierten en el desarrollo de nuevos productos, saben que es algo fundamental para ser competentes y mantenerse en el mercado, aunque esta inversión implique tomar riesgos que puedan causar pérdidas.

Como se puede observar, los alumnos tienen una percepción positiva respecto del desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado, es decir una gran mayoría siente que es capaz de crear productos totalmente innovadores que creen nuevos mercados.

4.2.1.1.2. Desarrollar recursos Humanos Clave

Tabla 7
Desarrollar recursos humanos Clave

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	1	1,6
	De Acuerdo	34	53,1
	Bastante de Acuerdo	29	45,3
	Total	64	100,0

Interpretación:

Según la encuesta realizada un 53% de los alumnos encuestados indicaron que están “de acuerdo”, mientras que el 45% indica que están, “Bastante de acuerdo”, esto indica que los alumnos tienen la capacidad de construir equipos y así mismo trabajar en equipo a fin de alcanzar un resultado determinado. Al trabajar en equipo los alumnos podrán obtener múltiples beneficios como: desarrollar la creatividad, aumentar la confianza en la idea de negocio y mezcla fortalezas. Con un eficiente equipo de trabajo se desarrollará un buen proyecto, sus miembros unirán talentos y habilidades para un mismo objetivo: lograr que el proyecto tenga éxito.

4.2.1.1.3. Iniciar relaciones con Inversores

Tabla 8
Iniciar relaciones con Inversores

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	4	6,3
	De acuerdo	45	70,3
	Bastante de Acuerdo	15	23,4
	Total	64	100,0

Interpretación:

Como se observa en la tabla un 70% de los alumnos encuestados indica que están “De acuerdo” el hecho de iniciar relaciones con inversores, por su parte el 23% de los alumnos indica que están “Bastante de acuerdo”.

Alinear los intereses entre inversores y emprendedores es muy importante, ya que esto ayudara a que si los alumnos tienen una idea de negocio y no poseen capital, pueden contar con los inversionistas para poder realizar su idea de negocio.

4.2.1.1.4. Construir un entorno innovador**Tabla 9***Construir un entorno Innovador*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En Desacuerdo	1	1,6
	De acuerdo	34	53,1
	Bastante de acuerdo	15	23,4
	Totalmente de acuerdo	14	21,9
	Total	64	100,0

Interpretación:

Un 53% de los estudiantes encuestados indica que están “De Acuerdo” en construir un entorno innovador. Al existir un ambiente innovador adecuado, los alumnos se sienten en la libertad de poder desarrollar su creatividad y ser más tendientes al cambio y de esta manera implementar y mejorar sus ideas de negocio.

4.2.1.1.5. Trabajar Bajo Estrés

Tabla 10
Trabajar bajo Estrés

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	4,7
	Bastante en Desacuerdo	9	14,1
	En Desacuerdo	35	54,7
	De Acuerdo	16	25,0
	Bastante de Acuerdo	1	1,6
	Total	64	100,0

Interpretación:

Un 55% de los alumnos encuestados indica que se encuentran “En desacuerdo” cuando se preguntó si se sentían calmados en situaciones de estrés, por otro lado el 25% indica que están “De Acuerdo”, eso quiere decir que un mediano porcentaje de alumnos es capaz de tolerar altos niveles de presión para tomar decisiones, cumplir con las grandes exigencias y a su vez demostrar liderazgo. El estrés en estos casos potencia la agilidad mental para producir soluciones creativas y satisfactorias. Sin embargo Aunque en ocasiones es necesario un poco de tensión emocional para rendir al máximo de capacidades, el estrés laboral agudo y continuo produce pocos éxitos y efectos adversos en los alumnos.

4.2.1.2. Análisis resumen por Variable

Tabla 11
Autoeficacia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De Acuerdo	54	84,4
	Bastante de Acuerdo	10	15,6
	Total	64	100,0

Interpretación:

Se observa que el 84% de los alumnos están “De Acuerdo” con las preguntas realizadas sobre La Autoeficacia, por lo tanto los alumnos creen en sus habilidades para emprender en el futuro, sin embargo no están totalmente convencidos ya que aún se encuentran en su zona de confort, por lo tanto tienen temor a correr riesgos, encontrar un equipo de trabajo, innovar y relacionarse con inversores. Por otro lado solamente un 15% están “Bastante de acuerdo”, es decir solamente un pequeño grupo tiene confianza en si mismo y están mucho más convencidos en que en base a sus conocimientos y habilidades serían capaces de emprender; en comparación al grupo de alumnos antes mencionado.

4.2.2. Resultados de la Variable Dependiente: Actitud Emprendedora

4.2.2.1. Análisis por Dimensión

La actitud Emprendedora abarca Cinco dimensiones:

- Necesidad de Logro
- Propensión a Correr riesgos
- Control percibido Interno
- Innovación
- Autoestima

4.2.2.1.1. Necesidad de Logro

Tabla 12
Necesidad de Logro

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En Desacuerdo	3	4,7
	De Acuerdo	42	65,6
	Bastante de Acuerdo	19	29,7
	Total	64	100,0

Interpretación:

Como se observa en la tabla un 65% y un 30% de los alumnos encuestados ha respondido estar “De Acuerdo” y “Bastante de Acuerdo” un gran porcentaje posee la necesidad de logro, cuando ésta es alta, se cumplen tres criterios: 1) prefieren realizar tareas con un término medio de dificultad 2) Tienen tendencia a realizar tareas que tienen resultados instantáneos 3) Asume responsabilidades y mantiene un compromiso con la tarea y las consecuencias que podría traer. Una persona con un nivel de necesidad de logro alto se caracteriza por tener la seguridad que su éxito personal es el resultado de su propio esfuerzo y no del entorno.

4.2.2.1.2. Propensión a correr Riesgos

Tabla 13
Propensión a correr riesgos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En Desacuerdo	12	18,8
	De Acuerdo	33	51,6
	Bastante de Acuerdo	18	28,1
	Totalmente de Acuerdo	1	1,6
	Total	64	100,0

Interpretación

Según los resultados de la encuesta un 52% de los alumnos encuestados indica que son tendientes a correr riesgos al momento de emprender.

Por el otro lado el 18% indica que tienen aversión al riesgo, el miedo al fracaso es un componente importante del riesgo inherente a iniciar un nuevo negocio.

4.2.2.1.3. Control Percibido Interno

Tabla 14

Control Percibido Interno

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bastante en Desacuerdo	7	9,2
	En desacuerdo	22	36,1
	De Acuerdo	25	39,1
	Bastante de Acuerdo	7	10,9
	Totalmente de Acuerdo	3	4,7
	Total	64	100,0

Interpretación

Como se observa en la tabla, un 39% de los alumnos encuestados está “de acuerdo” este resultado indica que los estudiantes tendrán más probabilidades de ser exitosos si tienen un alto nivel de locus de control interno, es decir que los alumnos se sienten capaces de tomar sus propias decisiones sin ser influenciados por sus compañeros, familia o conocidos.

En el aspecto de los negocios saben que el control está en sus manos y saben que esto depende de ellos mismos.

Por otro lado un 36% de los alumnos, están en “Desacuerdo” es decir, no tienen control sobre los resultados futuros, por lo que tendrán dificultad al momento de emprender.

4.2.2.1.4. Innovación

Tabla 15
Innovación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De Acuerdo	36	56,3
	Bastante de Acuerdo	28	43,8
	Total	64	100,0

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se observa que un 56% de los alumnos encuestados raras veces siguen instrucciones, muchos jóvenes buscan diferentes maneras de realizar sus actividades, intentan desvincularse del trabajo rutinario, las ideas nuevas y diferentes son aprobadas o pensadas por ellos mismos, las ideas originales y novedosas les ayuda a sentirse motivados y a generar ideas de negocio Innovadoras.

4.2.2.1.5. Autoestima

Tabla 16
Autoestima

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En Desacuerdo	7	10,9
	De Acuerdo	38	59,4
	Bastante de Acuerdo	19	29,7
Total		64	100,0

Interpretación:

Según los resultados obtenidos, el 59% de alumnos encuestados están “de acuerdo” lo cual significa que alumnos se auto valoran como personas capaces, eficaces y poseen una autoestima alta.

Así mismo el 30% de los alumnos se consideran hábiles y competentes ante los múltiples desafíos que se presentan en entornos sociales, organizacionales y de la vida en forma general.

4.2.2.2. Análisis resumen por variable

Tabla 17
Actitud Emprendedora

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De Acuerdo	53	82,8
	Bastante de Acuerdo	11	17,2
Total		64	100,0

Interpretación:

Se observa que el 83% de los alumnos están “De Acuerdo” con las preguntas realizadas por lo tanto poseen una alta Actitud Emprendedora.

Para comenzar a enfocarse en construir mentes visionarias que emprendan, hay que buscar las maneras de ajustar procesos intelectuales que aporten a crear conciencia y el cambio de cultura, existen muchas personas que solo se dedicaron a trabajar en el sector público o privado, pero jamás llegaron a crear o desarrollar emprendimientos por cuenta propia, inclusive nunca fueron tomados en cuenta en el proceso de innovación o nunca pudieron dar su punto de vista hacia nuevos cambios organizacionales.

4.3. Prueba de Normalidad

a) Planteamiento de la Hipótesis

- H0: La distribución de la variable no difiere de una distribución normal
- H1: La distribución de la variable difiere de una distribución normal

b) Nivel de Significancia

Para todo valor de probabilidad igual o menor que 0.05 se rechaza H0.

c) Prueba Estadística**Prueba de Kolmogorov-Smirnov****Tabla 18**

Prueba de Kolmogorov-Smirnov- Autoeficacia

	Kolmogorov-Smirnov^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoeficacia	,093	64	,220

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 19

Prueba de Kolmogorov-Smirnov- Actitud Emprendedora

	Kolmogorov-Smirnov^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Actitud Emprendedora	,083	64	,200

a. Corrección de significación de Lilliefors.

d) Estimación de P-valor

VI: Autoeficacia

Valor de P= 0.220= 22%

VD: Actitud Emprendedora

Valor de P= 0.200= 20%

e) Regla de decisión

- Si el p-valor es mayor a 0.05 se acepta H0
- Si el p-valor es menor a 0.05 se acepta H1 y se rechaza H0

H0: La distribución de la variable no difiere de una distribución normal

Interpretación de Datos:

Para la presente investigación se va a tomar en cuenta el estadístico Kolmogorov-Smirnov, por ser el tamaño de la muestra superior a 50. Como se puede observar en la tabla 18 el P valor (Sig) en 0.220, para la variable independiente, “Autoeficacia” siendo este valor mayor a 0.05, por lo tanto, se tiene suficiente evidencia estadística para rechazar H1 y aceptar la H0.

Asimismo, la variable dependiente en mención “Actitud Emprendedora” presenta un P valor (Sig) de 0.200, este resultado al ser mayor del nivel de significancia de 0.05, nos permite rechazar H1 y, aceptando de tal modo la hipótesis nula.

4.4. Verificación de Hipótesis

Con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas en el presente trabajo de investigación se aplicó el test: Regresión lineal simple.

4.4.1. Verificación de hipótesis Específicas

4.4.1.1. Hipótesis específica del desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado y la Actitud Emprendedora:

H₀: El desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

H₁: El desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

Resultado:

Considerando la información prevista por el instrumento de recolección de datos y a través del uso del programa estadístico SPSS, los resultados se presentan a continuación:

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,072 ^a	,005	-,011	3,380

Donde:

- R de Pearson = 0,072
- R-cuadrada = 0.5 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -1.1%
- Error estándar de la estimación = 3,380

Según los resultados el estadístico R cuadrado indica que el modelo de regresión lineal explica el 0.5% de la variabilidad de los resultados obtenidos en la variable dependiente “Actitud Emprendedora”. El estadístico R-cuadrada ajustado es el más apropiado en este caso puesto que tiene en cuenta los grados de libertad y la cantidad de indicadores que se ponen a prueba para explicar el comportamiento de la variable.

Tabla 20*Análisis de varianza*

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	3,697	1	3.697	324	,571
1 Residuo	708,162	62	11,422		
Total	711,859	63			

Como se muestra en la tabla 20, el P valor en la tabla de ANOVA es mayor que 0,05 (0,000), por lo tanto se puede confirmar que las variables no están linealmente relacionadas.

4.4.1.2. Hipótesis específica del desarrollo de recursos humanos clave y la Actitud Emprendedora

Ho: El desarrollo de Recursos humanos clave no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

H1: El desarrollo de Recursos humanos clave influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

Tabla 21
Resumen del Modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,078 ^a	,006	-,010	3,378

Donde:

- R de Pearson = 0,078
- R-cuadrada = 0.6 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -1.0%
- Error estándar de la estimación = 3,378

Según los resultados el estadístico R cuadrado indica que el modelo de regresión lineal explica el 0.5% de la variabilidad de los resultados obtenidos en la variable dependiente “Actitud Emprendedora”. El estadístico R-cuadrada ajustado es el más apropiado en este

caso puesto que tiene en cuenta los grados de libertad y la cantidad de indicadores que se ponen a prueba para explicar el comportamiento de la variable.

Tabla 22
Análisis de varianza

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	4,320	1	4,320	379	,541
1 Residuo	707,540	62	11,412		
Total	711,859	63			

Como se muestra en la tabla 22, el P valor en la tabla de ANOVA es mayor que 0,05 (0,000), por lo tanto se puede confirmar que las variables no están linealmente relacionadas.

4.4.1.3. Hipótesis específica de Iniciar relaciones con inversores y Actitud Emprendedora

Ho: Las relaciones con Inversores no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

H1: Las relaciones con Inversores influyen en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

Tabla 23
Resumen del Modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,179 ^a	,032	,017	3,334

Donde:

- R de Pearson = 0,179
- R-cuadrada = 3.2 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 1,7%
- Error estándar de la estimación = 3,334

Según los resultados el estadístico R cuadrado indica que el modelo de regresión lineal explica el 0.5% de la variabilidad de los resultados obtenidos en la variable dependiente “Actitud Emprendedora”. El estadístico R-cuadrada ajustado es el más apropiado en este caso puesto que tiene en cuenta los grados de libertad y la cantidad de indicadores que se ponen a prueba para explicar el comportamiento de la variable.

Tabla 24*Análisis de varianza*

	Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	22,862	1	22,862	2,057	,157
	Residuo	688,997	62	11,113		
	Total	711,859	63			

Como se muestra en la tabla 24, el P valor en la tabla de ANOVA es mayor que 0,05 (0,000), por lo tanto se puede confirmar que las variables no están linealmente relacionadas.

4.4.1.4. Hipótesis específica de Construir un entorno innovador y Actitud Emprendedora

Ho: Construir un entorno innovador no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

H1: Construir un entorno innovador influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

Tabla 25
Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,035 ^a	,001	-,015	3,386

Donde:

- R de Pearson = 0,035
- R-cuadrada = 0.1 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -1,5%
- Error estándar de la estimación = 3,386

Según los resultados el estadístico R cuadrado indica que el modelo de regresión lineal explica el 0.5% de la variabilidad de los resultados obtenidos en la variable dependiente “Actitud Emprendedora”. El estadístico R-cuadrada ajustado es el más apropiado en este caso puesto que tiene en cuenta los grados de libertad y la cantidad de indicadores que se ponen a prueba para explicar el comportamiento de la variable.

Tabla 26
Análisis de Varianza

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1					
Regresión	,876	1	876	,076	,783
Residuo	710,983	62	11,467		
Total	711,859	63			

Como se muestra en la tabla 26, el P valor en la tabla de ANOVA es mayor que 0,05 (0,000), por lo tanto se puede confirmar que las variables no están linealmente relacionadas.

4.4.1.5. Hipótesis específica de Trabajar bajo estrés y Actitud

Emprendedora

Ho: Trabajar bajo estrés no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

H1: Trabajar bajo estrés influyen en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

Tabla 27
Resumen del Modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,077 ^a	,006	-,010	3,378

Donde:

- R de Pearson = 0,077
- R-cuadrada = 6 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -1%
- Error estándar de la estimación = 3,378

Según los resultados el estadístico R cuadrado indica que el modelo de regresión lineal explica el 0.5% de la variabilidad de los resultados obtenidos en la variable dependiente “Actitud Emprendedora”. El estadístico R-cuadrada ajustado es el más apropiado en este caso puesto que tiene en cuenta los grados de libertad y la cantidad de indicadores que se ponen a prueba para explicar el comportamiento de la variable.

Tabla 28
Análisis de la varianza

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	4,266	1	4,266	,374	,543
Residuo	707,594	62	11,413		
Total	711,859	63			

Como se muestra en la tabla 28, el P valor en la tabla de ANOVA es mayor que 0,05 (0,000), por lo tanto se puede confirmar que las variables no están linealmente relacionadas.

4.4.2. Verificación de hipótesis General

Ho: "La Autoeficacia no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.

H1: "La Autoeficacia no influye en la Actitud Emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019."

Resultado:

Considerando la información provista por el instrumento de recolección de datos y a través del uso del programa estadístico SPSS, los resultados se presentan a continuación:

Tabla 29
Resumen del Modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,188 ^a	,035	,020	3,328

a, Predictores (Constante), Autoeficacia

Donde:

- R de Pearson = 0,188
- R-cuadrada = 3.5 %
- Error estándar del est. = 3,328

Según los resultados el estadístico R cuadrado indica que el modelo de regresión lineal explica el 3.5% de la variabilidad de los resultados obtenidos en la variable de Actitud Emprendedora

Tabla 30
Análisis de varianza

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	25,209	1	25,209	2,276	,136
	Residuo	686,650	62	11,075		
	Total	711,859	63			

Asimismo, el P valor en la tabla de ANOVA es mayor que 0,05 (0,000), por lo tanto se puede confirmar que las variables no están linealmente relacionadas.

4.5. Discusión de resultados

1. Se mostró una baja correlación entre la dimensión “Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado” y la Actitud Emprendedora, la mayoría de alumnos poseen baja capacidad para reconocer oportunidades de mercado, además también poseen un bajo nivel de creatividad para crear y mejorar productos que ya existen en el mercado.
2. Según los resultados de la encuesta se observó que la dimensión “Desarrollar recursos humanos clave” tienen una baja correlación con la Actitud emprendedora, lo cual nos indica que pese a ser una parte fundamental del emprendimiento, los estudiantes poseen un bajo nivel de liderazgo, tienen ciertas dificultades para dirigir y motivar a sus compañeros al momento de lograr metas y objetivos.

También cabe resaltar que pocos alumnos identifican las habilidades que poseen, y es por esta razón que se les dificulta organizarse para realizar actividades según las mismas.
3. La dimensión “Iniciar relaciones con inversores” también tiene una baja correlación con la Actitud Emprendedora, dicha dimensión abarca dos indicadores las cuales son “desarrollar relaciones con inversores” y “formar alianzas estratégicas”, Es importante que los alumnos tengan conocimiento sobre estos términos, muchos de ellos tienen ideas de negocio innovadoras y poseen un gran potencial, sin embargo no toman en cuenta generar alianzas con otros para mejorar e implementar su idea, y menos aún contactar y desarrollar relaciones con algún inversor que invierta en su idea de negocio para llevarlo a la realidad.
4. La correlación entre la dimensión “Construir un entorno innovador” y la Actitud Emprendedora, es baja. Muy pocos alumnos tienen conocimiento que la innovación en el mundo de los negocios es uno de los componentes

diferenciadores y es un mecanismo bastante valioso para poder ser más competitivos en el mercado. Además es fundamental para el crecimiento y así poder llegar a más público, satisfacer y complacer a los clientes existentes de manera eficaz, posicionarse y sobretodo permanecer en el futuro.

5. Ahora bien, en la dimensión “Trabajar bajo estrés” y la Actitud Emprendedora también es baja, no todas las personas tienen la capacidad de realizar actividades bajo circunstancias desfavorables, según la encuesta realizada los alumnos dieron a conocer que no pueden trabajar bajo un continuo estrés, presión y conflicto. Esta presión evita que sus ideas fluyan de manera espontánea. Es fundamental que los alumnos sean capaces de cumplir con diversas actividades y tareas en el menor tiempo posible.

CONCLUSIONES

1. El mercado laboral cada día es más pequeño para los alumnos egresados de las Universidades, esto conlleva a que exista una gran tasa de desempleo juvenil, según el Ministerio de Trabajo Tacna tiene el 25.7% de jóvenes desempleados. Este es un problema que viene desde ya hace mucho tiempo; en este escenario es necesario al emprendimiento como alternativa ante el desempleo.
2. También se concluye que los alumnos no emprenderían un negocio a pesar que tuvieran los medios y las oportunidades de hacerlo incluyendo la financiación, comprobamos como la actitud emprendedora a pesar de todo se ve frenada. La “situación económica”, no creer en sus propias habilidades y el miedo a tomar riesgos y fracasar son las excusas que predominan a la hora de señalar que no es un buen momento para emprender un negocio por lo que los alumnos prefieren mantenerse en su zona de confort.
3. Sin embargo, existe un gran número de potenciales emprendedores que se encuentran listos para ser guiados. La Universidad y sobretodo los docentes tienen un rol importante al formar a los alumnos, brindándoles conocimiento y generando espacios para desarrollar ideas de negocios innovadoras según sus habilidades.
4. Vale la pena mencionar que este pequeño grupo de estudiantes que si poseen una alta actitud emprendedora, toman en cuenta que el emprendimiento es un factor de independencia y realización personal, tienen la libertad de trabajar en algo que les apasiona y no dependen de un trabajo estable, sino que son capaces de generar oportunidades por cuenta propia.

5. Finalmente se espera que este estudio contribuya a estimular la investigación acerca del tema de la Autoeficacia, ya que es un factor que muchas veces pasa desapercibido, pero es un elemento es muy importante al momento de emprender, si los alumnos no creen su capacidad propia, no podrán tener éxito al momento de emprender, si se continúa investigando será posible que por fin se dé la atención necesaria en las Universidades y de esta manera se mejorará la brecha de calidad tan solicitada por los estudiantes.

PROPUESTA DE MEJORA

1. Introducción

La coyuntura económica actual, con sus efectos devastadores sobre la tasas de desempleo, impone que todos los actores posibles presten una mayor atención al emprendimiento como una de las vías más importantes para fomentar la creación de empleo.

Según el diagnóstico realizado en el presente trabajo, no fueron resultados muy positivos como se esperaban, por lo tanto se debe de manera urgente empezar a trabajar en el fomento y potenciación del emprendimiento en la Universidad Privada de Tacna. Para ello se presenta una serie de propuestas partiendo de las observaciones realizadas anteriormente.

2. Objetivo:

El objetivo de este plan de mejora es ampliar y fomentar el ecosistema del emprendimiento, ayudar a que los alumnos de la carrera de Ing. Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales despierten su espíritu emprendedor y tengan la posibilidad de desarrollar habilidades de innovación para cambiar la realidad de sus comunidades más cercanas, sus universidades.

3. Análisis de la situación y propuesta de mejora

A continuación se muestran las acciones de mejora que se proponen a realizar a corto y medio plazo. Como ya se ha mencionado, el análisis se ha realizado a través de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada de Tacna. Estas propuestas se han clasificado en los siguientes grupos:

- a) Motivación y fomento de la cultura emprendedora
- b) Formación e Investigación en emprendimiento
- c) Orientación y apoyo a la creación y consolidación de empresas.

3.1.Motivación y fomento de la cultura emprendedora

En el siguiente cuadro se muestran las debilidades y fortalezas que se identificaron en esta área:

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de acciones de formación para los profesores en el sistema educativo. - Existencia de frenos a la hora de emprender: <ul style="list-style-type: none"> • No se valora la figuras de empresario y emprendedor. • El miedo al fracaso, la penalización de la sociedad ante ello. • El entorno cultural y social, las principales razones del desaliento al emprendimiento se encuentran en la familia y amigos del emprendedor. - Escasa presencia en las redes sociales de los gestores, del concepto emprendimiento y de los propios emprendedores. - Carencia de algún Premio de emprendimiento que promueva y motive a los alumnos a pensar en ideas de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe una notable preocupación de algunos docentes por diseñar y aplicar una estrategia conjunta en un plan de acción para promover el emprendimiento en sus alumnos. - Actualmente parte de la sociedad ha mostrado interés por el emprendimiento, pues, ha aumentado considerablemente el número de personas que se plantean la creación de una empresa como una alternativa válida de empleabilidad. El autoempleo ya no es “la última posibilidad” de encontrar un empleo.

3.1.1. Propuesta de mejora:

a) Capacitar a los docentes para que brinden sus conocimientos y herramientas a los alumnos:

Promover el emprendimiento es esencial para motivar a que los alumnos asuman riesgos, gran parte de las cualidades de los emprendedores es adquirida, por ello es necesario que los docentes se encuentren capacitados y empapados de conocimiento acerca del tema, poner en práctica el emprendimiento en la educación es la clave para que los futuros emprendedores sean capaces de innovar, crear y adaptarse a los cambios.

Los docentes deben desarrollar investigaciones que generen nuevos conocimientos y así formar profesionales creativos, con espíritu empresarial, capaces de crear proyectos innovadores que ayuden a resolver problemas de la sociedad.

b) Difundir los valores y las competencias personales y profesionales del emprendedor:

Para fomentar el emprendimiento en los jóvenes universitarios, es necesario familiarizar al estudiante con estos conceptos y captar su atracción e interés sobre ellos.

También es vital importancia resaltar que lo importante es ayudar al emprendedor en su autoconocimiento, en detectar sus fortalezas y debilidades, para que desde este conocimiento él decida su rol dentro del proyecto. Enseñar que si en algún momento llegaron a fracasar esto debe impulsarlos a implementar y mejorar sus ideas de negocio.

Sin seguimiento y sin formación actitudinal no funcionan los proyectos; el éxito funciona venciendo las “barreras psicológicas” que dificultan la concreción del emprendimiento.

c) Establecimiento de un sistema de comunicación y motivación al emprendimiento:

El fomento de la cultura emprendedora no solo debe ir orientado a la puesta en marcha de nuevas empresas, se deben promover acciones de información, sensibilización y formación en los diversos ámbitos del emprendimiento: emprendimiento social, intraemprendimiento, etc.

El uso de las tecnologías y redes sociales permitirá compartir conocimiento entre emprendedores ya formados y aquellos jóvenes que deseen emprender.

d) Crear una “Oficina del Emprendedor:

Dada la dispersión actual de agentes, y aunque cada uno siga desarrollado su trabajo en sus correspondientes sedes, podría ser muy útil y apreciado por los emprendedores establecer un punto de información único, desde el que se orientase y dirigiese a cada uno de los especialistas en el tema.

No se trata de duplicar recursos, sino de unificarlos y ayudar al emprendedor, evitando pérdidas de tiempo innecesarias en la búsqueda de información y orientación.

3.2. Formación e Investigación en emprendimiento

En el siguiente cuadro se muestran las principales debilidades y fortalezas identificadas en esta área:

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de acciones de formación emprendedora. - Desinformación sobre concursos y convocatorias de ideas de negocio. - Faltan herramientas y formación específica. - Falta una estrategia conjunta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ya existen acciones emprendedoras y se cuenta con profesorado asignado a estas materias. - Los nuevos talleres de actividades extracurriculares como Liderazgo y emprendimiento permiten que los alumnos descubran sus habilidades y pongan en prueba sus capacidades en este ámbito. - Existencia de gestores del emprendimiento como “UPT Incuba” y “Hult Prize at UPT” destinados íntegramente a la Educación Emprendedora y la Formación para la Iniciativa Emprendedora.

3.2.1. Propuesta de mejora:

a) Implementar nuevas modalidades de aprendizaje:

Esto se logrará a través de charlas, talleres de design thinkin, donde los alumnos propongan soluciones de mejora para un problema detectado. storytelling’s , contactar a invitados exitosos de la región donde tengan conversaciones amenas con los chicos y puedan resolver sus dudas, así como aprender de sus fracasos. Y por último los bootcamps que es nueva modalidad formativa que no exige un conocimiento previo, sino ganas de aprender y unos mínimos conocimientos que se pueden adquirir de forma autodidacta.

Son una vía muy útil para potenciar nuevas habilidades en los alumnos.

b) Estimular a que los alumnos participen en concursos de emprendimiento a nivel Nacional e Internacional:

Motivar a los alumnos con ideas de negocio innovadoras, a postular a concursos y programas como “Innovate Perú”, “Start Up Perú” “Para quitarse el sombrero”, etc. Y de esta manera obtener un financiamiento para concretizar y llevar a la realidad su idea de negocio.

c) Realizar seguimientos y brindar las herramientas necesarias:

Actualmente la Universidad Privada de Tacna cuenta con cursos dirigidos al tema del emprendimiento, logrando que los alumnos adquieran conocimiento.

Sin embargo, una vez que termina el curso el alumno se desconecta totalmente de estos temas, por lo tanto, no se logra que mantenga el interés en el tema en el futuro.

La creación de un plan de seguimiento guiado por un tutor que les asesore en los primeros pasos del emprendedor ayudará a que los alumnos no se rindan fácilmente ante cualquier obstáculo que se presente en el camino.

3.3.Orientación y apoyo a la creación y consolidación de empresas.

En el siguiente cuadro se muestran las debilidades y fortalezas que se identificaron en esta área:

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de formación de los orientadores o coaches. - Falta de Espacios para incubación y centros de desarrollo de empresas - Falta de espacios para el desarrollo de talentos y habilidades. - Falta de conocimiento sobre cómo financiar su idea de negocio. - Falta generar convenios con incubadoras de otros países de Latinoamérica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe una capacidad formativa considerable que se puede potenciar. - Existen modelos locales, regionales y nacionales a los que seguir y tomar de ejemplo para mejorar.

3.3.1. Propuesta de mejora:

a) Capacitar a los mentores o coaches del emprendimiento:

La formación de los profesionales orientadores o coaches, es escasa y carece de una estrategia conjunta, para poder ser mentores e informar adecuadamente a los jóvenes sobre el tema.

Para ello se deberán capacitar y aplicar metodologías y estrategias para el apoyo de los emprendedores.

Así mismo también la elaboración de una “agenda emprendedora” también será útil para organizar las actividades que se vendrán realizando en el transcurso del año, los mentores deberán estar informados de los cursos, eventos, jornadas y acciones que se tomarán en el futuro.

b) Generar convenios y alianzas con centros de Emprendimiento de otras Universidades locales y del extranjero:

La Universidad Privada cuenta con la Incubadora de negocios llamada “UPT incuba”, sin embargo unir fuerzas con otros centros de emprendimiento de universidades locales como “SpinOut UNJBG” “Incubas UNJBG”, el “Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo ULC” e incubadoras extranjeras de Chile, será de gran ayuda para potenciar el centro de emprendimiento.

c) Crear espacios de trabajos colaborativos o centros de Coworking:

Los centros de coworking es una modalidad muy usada por los emprendedores, es un lugar cómodo y con un ambiente relajado donde los alumnos comparten e intercambian ideas, descubren sus talentos y potenciales pues al juntarse y comunicarse con otros jóvenes del mismo interés lograrán formar equipos de trabajo para generar su idea de negocio.

El objetivo de crear este centro, es lograr que Tacna se transforme en un polo de innovación, emprendimiento dinámico, y que los jóvenes sean capaces de desarrollar su talento y su creatividad sin limitaciones.

d) Brindar orientación a los alumnos sobre cómo financiar su idea de negocio:

Participar en concursos es una buena opción para que los alumnos puedan financiar sus ideas de negocio, muchos de los alumnos desconocen estos beneficios, truncan sus ideas y desisten en continuar, ya que piensan que la parte financiera es fundamental para emprender. Afortunadamente, en nuestro país existen diversas instituciones las cuales brindan financiamiento a proyectos innovadores, estas son:

Innovate Perú, Concytec y el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA) son instituciones que brindan financiamiento a nuevos emprendedores y lo mejor es que también se contará con la experiencia de especialistas. En 2018, Innóvate Perú financió S/ 53 millones para desarrollar más de 470 proyectos de innovación y emprendimiento en 23 regiones del país.

4. Resultados Esperados:

En el transcurso del tiempo se espera que el trabajo en conjunto traiga efectos positivos para los alumnos, que los esfuerzos se unan para un mismo objetivo: Incrementar el emprendimiento en los alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad privada de Tacna, es necesario tomar acción inmediata para mejorar la calidad de la educación en nuestro Campus.

Nuestra región, al igual que sucede en el resto del país, se caracteriza por tener una escasa cultura y actitud emprendedora, existiendo unas fuertes creencias arraigadas que son contrarias al emprendimiento. Esto implica, como primer paso, la necesidad de hacer un esfuerzo por aumentar la información, potenciar la motivación, mejorar la

formación desde el origen y ampliar la investigación, todo ello sin olvidarnos apoyar a los alumnos a descubrir sus talentos y habilidades, lograr que sean capaces y que tengan confianza en sí mismos para cumplir sus metas y objetivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, E. C. (2014). *Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios. implicaciones para el diseño de programas académicos*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid .
- Berrios, J. C. (2015). *Autoconcepto personal, toma de decisiones y autoeficacia emprendedora en estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*. Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- De noble, A. F., Ehrlich, S. B., & Jung, D. I. (2001). Entrepreneurial Self-Efficacy and its Relationship to Entre-preneurial Actions: A Comparative Study Between the US and Korea. *Management International*, 41-53.
- Krauss, C. (2011). Actitudes Emprendedoras de los estudiantes Universitarios: El caso de la Universidad Católica de Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 28-40.
- Navarro, D. d. (2016). *Medición de la autoeficacia emprendedora en los alumnos de primer año de técnico universitario en administración de la Universidad del Bio Bio Chillán*. Chillán: Universidad del Bio-Bio.
- Vaca, L. O. (2017). *Relación de la Inteligencia Emocional con la Intención de Emprendimiento y*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vargas, G. V. (2017). *Influencia de la motivación de logro, actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora, sobre la intencion emprendedora en los estudiantes de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco*. Cusco: Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.
- Veliz, M. M. (2017). *Factores que conforman la intención emprendedora de estudiantes de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Bío, U. d. (13 de enero de 2014). *www.ubiobio.cl*. Obtenido de www.ubiobio.cl: <http://postulantes.ubiobio.cl/web.v2/?c=pub&num=39>
- Católica, P. U. (13 de enero de 2014). *www.uc.cl*. Obtenido de www.uc.cl: <http://dsrd.uc.cl/indice-de-carreras-y-postgrados/ingenieria-comercial>
- J., B. (2009). *Manual de Jóvenes Emprendedores*. Lima: Copyright © Organización Internacional del Trabajo.
- Lanero, A. (2011). *Factores sociocognitivos en el desarrollo de la iniciativa emprendedora en la educación superior universitaria, Tesis doctoral, universidad complutense de Madrid, España*. . Madrid: Universidad Complutense de Madrid, España. .
- Moriano, J., Topa, G., Morelo, F., Entenza, A. y Lévy-Mangin, L. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España. *Analisis de psicología*, 28(1), 171-179.

- Orti, A. (2001). *Componentes subjetivos del éxito emprendedor: aportes de la teoría social cognitiva. La autoeficacia*. España: Universidad de Sevilla
- Zhao, H., Seibert, S., & Hills, G. (2005). *The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions*. *Journal of Applied Psychology*. 90 (6) 1265–1272.
- Krueger, N. & Brazeal, D. (1994). *Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Markman, G. D., Balkin, D.B. & Baron, R. A. (2002) *Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 27 (2) 149-165.
- McGee, J., Peterson, M., Mueller, S. & Sequeira J. (2009) *Entrepreneurial SelfEfficacy: Refining the Measure*. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Moriano, J., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. & Lévy, J. (2012) *Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y Validación de la Escala CESE en España*. *Anales de Psicología 2012*. 28(1) 171-179.
- Powers J. & Magnoni B. (2010) *Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Roig S., Ribeiro D., Torcal R., De la Torre A. & Cerver E., (2004) *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Universitat de Valencia. Servei de Publicacions.
- Sánchez, J. (2010) *Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)*. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 42 (1) 41-52.
- Schumpeter, J. (1928) en Ebner, A., (2006) *Schumpeterian entrepreneurship revisited: historical specificity and the phases of capitalist development*. *Journal of the History of Economic Thought*. 28 (3) 315-332.
- Chen, C., Green, P. & Crick, A. (1998) Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13 (4) 295-316
- De Noble, A., Jung, D. & Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relation to entrepreneurial action*. En Reynolds, et al. *Frontiers of entrepreneurship research (73-87)*. Babson College: Wellesley.
- GEM (2013) *Monitor Global de la Actividad Emprendedora México 2013*. Tecnológico de Monterrey.

APÉNDICE

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General		Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de Productos existentes Crear Productos que satisfagan necesidades no cubiertas 	P1, P2,
¿Cómo influye la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna del año 2019?	Determinar la influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.	La autoeficacia influye significativamente en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.	Autoeficacia	Desarrollar recursos humanos clave	<ul style="list-style-type: none"> Reclutar y entrenar a los empleados clave Construir equipos de gestión 	P3, P4, P5
				Iniciar relaciones con inversores	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar relaciones con inversores. Formar alianzas estratégicas. 	P6,P7,P8
				Construir un entorno Innovador	<ul style="list-style-type: none"> Crear un entorno laboral donde las personas se sientan motivadas a hacer cosas nuevas. Tomar la iniciativa. 	P9,P10
				Trabajar bajo estrés	<ul style="list-style-type: none"> Trabajar bajo presión. Persistir frente a la adversidad. 	P11,P12

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES	ITEMS	
- ¿Cómo influye el desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019?	- Determinar la influencia del desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	-El desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado influyen en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	Actitud Emprendedora	Necesidad de Logro	<ul style="list-style-type: none"> Realización de tareas difíciles. Competencia Habilidades empresariales 	P1, P2, P3, P4, P5, P6
- ¿Cómo influye el desarrollo de recursos humanos clave en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019??	- Determinar la influencia del desarrollo de recursos humanos clave en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	- El desarrollo de recursos humanos clave influye en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.		Propensión a correr Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones. Confianza en un mismo 	P7, P8, P9
- ¿Cómo influyen las relaciones con inversores en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019?	- Determinar la influencia las relaciones con inversores en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	- Las relaciones con inversores influye en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.		Control Percibido Interno	<ul style="list-style-type: none"> Control sobre resultados futuros 	P10, P11,
- ¿Cómo influye el entorno innovador en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019?	- Determinar la influencia del entorno Innovador en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	-El entorno Innovador influye en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.		Innovación	<ul style="list-style-type: none"> Creatividad Comunicación Experimentación 	P12, P13, P14, P15
-¿Cómo influye el entorno innovador en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019?	-Determinar la influencia del entorno Innovador en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	-El entorno Innovador influye en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.		Autoestima	<ul style="list-style-type: none"> Autovaloración Autoconocimiento 	P16, P17, P18, P19
-¿Cómo influye trabajar bajo estrés en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019?	- Determinar cómo influye el trabajo bajo estrés en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.	- El trabajo bajo estrés influye en la en la actitud emprendedora de los alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ing. Comercial de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna en el año 2019.				

Tipo de Investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos de recolección de datos		Estadísticos
<p>a) Tipo de investigación: Investigación Básica</p>	<p>a) Población La población está conformada por 64 alumnos de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.</p>	<p>a) Técnica: La encuesta</p>		<p>Estadística descriptiva Ejecución de tablas de frecuencias.</p> <p>Estadística inferencial A través del programa estadístico SPSS Statistics se utilizarán herramientas estadísticas para la confiabilidad de los instrumentos, además para la comprobación de hipótesis mediante el modelo de regresión lineal simple </p>
<p>b) Diseño de investigación: Diseño no experimental de corte transversal, nivel explicativo causal.</p>	<p>b) Muestra Debido a que la población es relativamente pequeña se ha decidido trabajar con la totalidad de sus miembros. Para ello se utilizará un censo</p>	<p>b) Instrumento: Cuestionario</p>		

Modelo de Encuesta:



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CUESTIONARIO

PRESENTACIÓN: El presente cuestionario tiene por objetivo conocer el nivel de la influencia de la autoeficacia en la actitud emprendedora de los alumnos. Esta información se mantendrá en forma confidencial y solo será usado para fines de investigación.

DIRIGIDO A: Los estudiantes de décimo ciclo de la carrera profesional de Ingeniería Comercial de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna.

INSTRUCCIONES: Cada opción tiene un número, marque con un Aspa (x) la respuesta que considere usted conveniente, según esta escala de calificación:

1	2	3	4	5	6
Totalmente en Desacuerdo	Bastante en Desacuerdo	En Desacuerdo	De acuerdo	Bastante de Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

A) VARIABLE INDEPENDIENTE: AUTOEFICACIA

DIMENSIONES	ITEMS	1	2	3	4	5	6
1. Desarrollar nuevos Productos y Oportunidades de mercado	1.1. Puedo descubrir nuevas formas de mejorar los productos existentes.						
	1.2. Me gustaría crear productos innovadores que satisfagan las necesidades no cubiertas de las personas.						
2. Desarrollar los Recursos Humanos clave	2.1. Cuando trabajo en equipo, planifico las tareas que debo cumplir para llevarlas a en orden.						
	2.2. Cuando trabajo en equipo, me gusta dirigir y motivar a mis compañeros para el cumplimiento de metas y objetivos.						
	2.3. Cuando realizamos trabajos en equipo trato de designar actividades según las habilidades de cada para así obtener mejores resultados.						
3. Iniciar Relaciones con Inversores	3.1. Me siento capaz de poder desarrollar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores.						
	3.2. Me siento capaz de desarrollar relaciones con personas clave para						

	obtener capital y así poder desarrollar mi idea de negocio.						
	3.3. Si tuviera un negocio, me complementaría con otras organizaciones mediante alianzas para intercambiar de tecnologías, habilidades o productos.						
4. Construir un entorno Innovador	4.1. Me gusta estar en un ambiente de trabajo que inspire a las personas mediante actividades donde puedan desarrollar sus habilidades.						
	4.2. Siempre tomo la iniciativa cuando realizo actividades, entro en acción sin esperar que las cosas ocurran por arte de magia.						
5. Trabajar bajo estrés	5.1. Puedo trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.						
	5.2. Permanezco calmado (a) cuando aparecen los problemas y tomo los errores como magníficas oportunidades de mejorar.						

B) VARIABLE DEPENDIENTE: ACTITUD EMPRENDEDORA

INSTRUCCIONES: Cada opción tiene un número, marque con un Aspa (x) la respuesta que considere usted conveniente, según esta escala de calificación:

1	2	3	4	5	6
Totalmente en Desacuerdo	Bastante en Desacuerdo	En Desacuerdo	De acuerdo	Bastante de Acuerdo	Totalmente de Acuerdo

DIMENSIONES	ITEMS	1	2	3	4	5	6
1. Necesidad de Logro	1.1. Me divierto más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles.						
	1.2. Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros.						
	1.3. Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo						
	1.4. Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.						
	1.5. Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.						

	1.6. Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema.							
2. Propensión a correr riesgos	2.1. Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos.							
	2.2. Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.							
	2.3. No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.							
3. Control Percibido Interno	3.1. Me gusta que las cosas sean estables y predecibles.							
	3.2. Vivo cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre.							
4. Innovación	4.1. A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.							
	4.2. Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.							
	4.3. Normalmente busco compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas.							
	4.4. Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales.							
5. Autoestima	5.3. Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor.							
	5.4. No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.							
	5.5. Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.							
	5.6. Disfruto estando en una posición de líder.							

Gracias por su tiempo

Validación de Instrumentos por expertos:



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

REGISTRO DE APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A PROFESIONALES DE NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN, CON FINES ACADÉMICOS POR PARTE DEL ESTUDIANTE DE INGENIERÍA COMERCIAL PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

"INFLUENCIA DE LA AUTOEFICACIA EN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ALUMNOS DE DÉCIMO CICLO DE LA CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA DEL AÑO 2019 "

Número de Expertos: _____ Ámbito profesional del colectivo Investigado: _____

N°	Apellido y Nombre	Cargo	Empresa/institución	Email	Firma
	Tapia Ponce, Karla Verónica	Coordinadora de Mentoring	UPT Inuba	mkt.machala@upt.edu karlaponce@gmail.com	
	MARQUEZ BUENTES CARLOS G.	DOCENTE	UPT.	carlos.marquez@upt.edu	
	FLORES FLORES, ADELINO	DOCENTE	UPT	aflores@upt.edu	