

**ESCUELA NACIONAL SUPERIOR DE FOLKLORE
JOSÉ MARÍA ARGUEDAS**

Programa Académico de Segunda Especialidad en Educación

Artística



Autoeficacia y actitud emprendedora en los Estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19

Presentado por:

Jaime Corsino Mory

Tesis Para optar el título profesional de Segunda Especialidad en Educación Artística, Especialidad de Folklore, con Mención Danza

Asesor:

Lic. Lilian Juana Caycho Carvallo

Lima, 2020

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi querida Hija que me
Impulso a seguir superándome cada día y
Así lograr concretizar mi sueño.

Agradecimiento

Agradezco a mis Maestros, colegas por contribuir
En el desarrollo del trabajo de Investigación y
En especial a la promoción 2020 I Jorge
Chara Góngora.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Dedicatoria..... | 2 |
| Agradecimiento..... | 3 |
| Tabla de contenido | 4 |
| Lista de tablas..... | 6 |
| Lista de figuras | 7 |
| Resumen | 8 |
| Abstract..... | 9 |
| Introducción | 10 |
| 1. Capítulo I. Planteamiento del problema..... | 12 |
| 1.1 Delimitación del problema | 12 |
| 1.2 Formulación del problema | 14 |
| Problema general | 14 |
| 1.2.1 Problemas específicos | 14 |
| 1.3 Objetivos | 15 |
| Objetivo General..... | 15 |
| 1.3.1 Objetivos Específicos | 15 |
| 1.4 Justificación de la investigación | 16 |
| 1.4.1 Justificación teórica | 16 |
| 1.4.2 Justificación práctica | 16 |
| 1.5 Limitaciones de estudio..... | 16 |
| 2. Capítulo II. Marco teórico..... | 18 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 18 |
| 2.2 Bases teóricas..... | 22 |
| 2.2.1 Autoeficacia..... | 22 |
| 2.2.2 Actitud emprendedora..... | 32 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.2.3 | Autoeficacia y actitud emprendedora. | 40 |
| 2.2.4 | El emprendimiento bajo una situación de incertidumbre. | 46 |
| 2.3 | Definición de términos básicos | 49 |
| 2.4 | Sistema de hipótesis | 51 |
| 2.4.1 | Hipótesis general..... | 51 |
| 2.4.2 | Hipótesis específicas..... | 51 |
| 2.5 | Operacionalización de las variables | 51 |
| 2.5.1 | Variable independiente: Autoeficacia | 51 |
| 2.5.2 | Variable dependiente: Actitud emprendedora | 52 |
| 3. | Capítulo III. Metodología de la investigación | 55 |
| 3.1 | Tipo y nivel de investigación..... | 55 |
| 3.2 | Diseño de investigación..... | 55 |
| 3.3 | Población y muestra | 56 |
| 3.4 | Técnicas e instrumentos..... | 58 |
| 3.4.1 | Descripción del instrumento | 59 |
| 3.4.2 | Ficha técnica | 59 |
| 3.4.3 | Validez y confiabilidad | 61 |
| 3.5 | Del procesamiento de la información | 62 |
| 4. | Capítulo IV. Análisis de los resultados de la investigación | 64 |
| 4.1 | Resultados descriptivos..... | 64 |
| 4.2 | Resultados inferenciales | 73 |
| 5. | Discusión de resultados..... | 78 |
| 6. | Conclusiones | 81 |
| 7. | Recomendaciones | 83 |
| 8. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 84 |
| 9. | ANEXOS..... | 93 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Descripción de la población..... | 57 |
| Tabla 2 Sexo de los encuestados | 58 |
| Tabla 3 Edad de los encuestados | 58 |
| Tabla 4 Baremación de la variable Autoeficacia..... | 60 |
| Tabla 5 Baremación de la variable Actitud emprendedora | 61 |
| Tabla 6 Confiabilidad del Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) | 62 |
| Tabla 7 Nivel de expectativas de eficacia | 64 |
| Tabla 8 Nivel de expectativas de resultado..... | 65 |
| Tabla 9 Nivel de autoeficacia | 66 |
| Tabla 10 Nivel de autoestima | 67 |
| Tabla 11 Nivel de asunción de riesgo | 68 |
| Tabla 12 Nivel de necesidad de logro | 69 |
| Tabla 13 Nivel de control percibido interno | 70 |
| Tabla 14 Nivel de actitud emprendedora..... | 72 |
| Tabla 15 Prueba de normalidad de datos | 73 |
| Tabla 16 Relación entre autoeficacia y autoestima | 74 |
| Tabla 17 Relación entre autoeficacia y asunción de riesgo | 74 |
| Tabla 18 Relación entre autoeficacia y necesidad de logro | 75 |
| Tabla 19 Relación entre autoeficacia y control percibido interno | 76 |
| Tabla 20 Relación entre autoeficacia y actitud emprendedora..... | 77 |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Marco que resume la investigación existente sobre autoeficacia empresarial..... | 26 |
| Figura 2. Expectativas | 27 |
| Figura 3. Procesos clave de comportamiento, ambientales y personales..... | 31 |
| Figura 4. Modelo sistémico que revela la interacción para configuración de la Actitud Emprendedora..... | 34 |
| Figura 5. Subconstrucciones y dimensiones de EAO..... | 35 |
| Figura 6. Modelo propuesto de las relaciones entre factores personales y la intención empresarial | 42 |
| Figura 7. El modelo conceptual | 43 |
| Figura 8. Marco conceptual | 44 |
| Figura 9. Autoeficacia empresarial y decisiones empresariales | 45 |
| Figura 10. Nivel de expectativas de eficacia | 64 |
| Figura 11. Nivel de expectativas de resultado..... | 65 |
| Figura 12. Nivel de autoeficacia | 66 |
| Figura 13. Nivel de autoestima..... | 67 |
| Figura 14. Nivel de asunción de riesgo | 68 |
| Figura 15. Nivel de necesidad de logro | 69 |
| Figura 16. Nivel de control percibido interno | 71 |
| Figura 17. Nivel de actitud emprendedora | 72 |

Resumen

El presente estudio titulado “Autoeficacia y actitud emprendedora en los Estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19. Para el logro del objetivo se aplicaron la Escala de Autoeficacia General (EAG) adaptada por Escobar y Zambrano (2015) y el test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) adaptada por Krauss (2011), para medir las variables autoeficacia y actitud emprendedora, respectivamente. Los instrumentos se aplicaron a 43 estudiantes, siendo una investigación cuantitativa, correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal. El principal resultado fue: el coeficiente de correlación de Tau-B de Kendall resultó 0.735 con una significancia bilateral igual a 0.00, lo cual implica la existencia de una relación positiva y significativa entre ambas variables.

Palabras claves: Autoeficacia, actitud emprendedora, autoestima, asunción de riesgo, necesidad de logro, control percibido interno.

Abstract

The present study entitled "Self-efficacy and entrepreneurial attitude in the Students of the Second Specialty Art and Culture of the José María Arguedas National Higher School of Folklore in times of COVID-19", had as a general objective to determine the relationship between self-efficacy and attitude enterprising in the students of the Second Specialty Art and Culture of the José María Arguedas National School of Folklore in times of COVID-19. To achieve the objective, the General Self-efficacy Scale (EAG) adapted by Escobar and Zambrano (2015) and the Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) test adapted by Krauss (2011) were applied, to measure the variables self-efficacy and entrepreneurial attitude, respectively. . The instruments were applied to 43 students, being a quantitative, correlational, non-experimental design and cross-sectional investigation. The main result was: kendall's Tau-B correlation coefficient was 0.735 with a bilateral significance equal to 0.00, which implies the existence of a positive and significant relationship between both variables.

Keywords: Self-efficacy, entrepreneurial attitude, self-esteem, risk-taking, need for achievement, perceived internal control.

Introducción

En la actualidad, existen diversas propuestas teóricas y sustento empírico que apoyan la relación entre autoeficacia y actitud emprendedora, sin embargo, dado el actual contexto de incertidumbre que existe debido a la pandemia producida por el COVID-19, se requiere conocer si dicha asociación es robusta ante escenarios de incertidumbre.

Debido a lo anterior la presente investigación tuvo el propósito encontrar evidencia sobre una asociación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, de este modo, se conoció que las variables mencionadas guardan relación aún bajo un contexto de pandemia global, de tal manera que, al existir tal relación se han podido brindar sugerencias e intervenciones enfocadas en aumentar la autoeficacia para, de este modo, aumentar los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes, lo cual terminaría concretándose en el inicio de nuevas empresas.

Asimismo, para un mejor entendimiento del presente estudio, se realizó una división de su contenido en los siguientes capítulos:

Capítulo I. En esta sección se planteó el problema. En primer, lugar se delimita el problema a partir de lo cual se realiza la formulación del problema general y los específicos, luego se establecieron los objetivos (tanto general como específicos). El capítulo también incluye la justificación de la investigación, así como las limitaciones.

Capítulo II. Esta sección se expuso una serie de investigaciones previas que guardan un propósito similar. Luego se describieron las diversas teorías que brindan sustento teórico a la investigación. Asimismo, se definieron los términos básicos para el desarrollo y mejor comprensión de la investigación. Además, se estableció el sistema de hipótesis, formulando tanto la hipótesis general como específicas. Finalmente, se incluye la operacionalización de las variables, presentando tanto la variable independiente como dependiente.

Capítulo III. En este capítulo, se precisó el tipo y el nivel del estudio, así como el diseño del estudio, además, se determina la población y muestra. También se precisan las técnicas e instrumentos para la recolección de datos, describiéndolos y estableciendo su validez y confiabilidad.

Capítulo IV. En este apartado, se analizaron los resultados del estudio, describiendo la información general de los encuestados, los resultados descriptivos y el contraste de hipótesis.

Finalmente se presentaron la discusión de resultados, las conclusiones de acuerdo a los objetivos planteados, a partir de lo cual surgieron recomendaciones a las entidades correspondiente. Además, se incluyeron en los anexos la matriz de consistencia y los instrumentos que se utilizaron.

Capítulo I. Planteamiento del problema

1.1 Delimitación del problema

Actualmente, el emprendimiento se está convirtiendo en un instrumento muy relevante para promover el crecimiento económico y el desarrollo de los países, especialmente en los países en desarrollo, de este modo, el emprendimiento ayuda no solo a satisfacer las necesidades personales individuales sino también ayuda a los gobiernos a aumentar el crecimiento y el desarrollo económico, dada la contribución económica del emprendedor, aumenta el bienestar de las personas, crea valores para la sociedad, incidiendo en el crecimiento económico y desarrollo de un país, debido a ello, el desarrollo del emprendimiento en la sociedad es muy importante (Rachmawan, Lizar, y Mangundjaya, 2015, p.417).

En la actualidad, la totalidad de los países están atravesando un periodo de una mayor preocupación a raíz de la crisis sanitaria por Covid-19, pues se está palpando escenarios de recesión económica, más aún que conforme va pasando los meses los pronósticos de desaceleración económica aún continúan, reduciendo los niveles del Producto Bruto Interno (PBI) de las diferentes naciones. Pese a la crisis económica se relacione a aspectos negativos y dificultades sociales como económicas, es precisamente entonces cuando aparece el autoempleo y el emprendimiento como verdadera palanca de cambio para la recuperación económica y la creación de empleo, pues el emprendimiento tiende a favorecer nuevos puestos de trabajo. A partir de ello, en España, el 26.7% de las personas ha tenido que cerrar temporalmente su centro de laborales, y el 46.2% continua de forma remota, y solo el 13.1% continua con normalidad, con esto se da a conocer que muchas personas están presentando dificultades laborales, siendo pocos los que han podido continuar como en épocas de pre pandemia (Nicolás y Rubio, 2020,p.417).

En este sentido, diversos autores destacan el rol de la autoeficacia en las actitudes emprendedoras, así, por ejemplo, Gough (2018), señala que la autoeficacia empresarial junto a la teoría del capital humano, son dos enfoques teóricos primarios y únicos que se utilizan para enseñar y/o ayudar a los estudiantes a adquirir actitudes y/o aptitudes identificadas (p.106). Es así que,

Liu, Lin, Zhao, Guanxi & Zhao (2019), realizaron una investigación en estudiantes universitarios en China, partiendo de que cuando los empresarios creen que tienen la capacidad de desempeñarse y lograr una tarea empresarial, serán más resueltos en su actitud empresarial, por lo que, en el caso de los estudiantes universitarios, la autoeficacia también se correlaciona positivamente con la intención empresarial; es decir, su confianza en tener los recursos y habilidades necesarios para comenzar un nuevo negocio tiene un efecto positivo en la intención de lograr este objetivo y, en conclusión, los estudiantes universitarios que tienen un mayor nivel de autoeficacia también tendrán una intención empresarial más fuerte (p.3)

Por otro lado, en Perú, el emprendimiento es una de las características más resaltantes entre su población, de esta manera, de acuerdo al reporte de *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019*, el país reporta una tasa de emprendedores naciescentes de 17.5%, la cual ubica al país en el puesto 2 en un ranking de 49 economías (Bosma y Kelley, 2018, p.116). Esta situación sugiere que, en Perú, las personas poseen altos niveles de actitud emprendedora.

Asimismo, al realizar un análisis de la situación actual de los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, a través de entrevistas informales no estructuradas, los estudiantes manifestaron sentirse con la confianza necesaria en sus capacidades y recursos para el logro de sus objetivos personales. Además, muestran confianza en sí mismos para poder enfrentar circunstancias adversas, también se resalta su capacidad para hallar soluciones ante los obstáculos y el manejo de las situaciones estresantes, como por ejemplo, ante la pandemia del COVID-19 han seguido capacitándose en su especialidad aún sin las clases presenciales o a pesar de las circunstancias adversas en cuanto a las clases vía internet, manifestando que han podido mantener un orden y adecuarse de forma rápida a las nuevas circunstancias, logrando en muchos casos, el aprendizaje de manera autodidacta.

Adicionalmente, la situación descrita viene acompañada del hecho que, algunos estudiantes piensan concretar proyectos propios con el reinicio de actividades a pesar de las circunstancias actuales debido a la pandemia, mientras que, hubo una considerable cantidad de estudiantes que estaba

contemplando posibilidades de negocio ya que, según manifestaron, podrían sacar ventaja de las oportunidades que brindan las redes sociales y la gran acogida que han tenido éstas debido al confinamiento, pensando, en algunos casos, en brindar clases de danza a través de las redes sociales como Facebook, Instagram, o inclusive iniciar un canal en la plataforma YouTube.

Dado lo expuesto en párrafos anteriores, surgió la necesidad de abordar la problemática expuesta en una investigación con el propósito de encontrar evidencia sobre una asociación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, de este modo, se conocerá si las variables mencionadas guardan relación aún bajo un contexto de pandemia global, de tal manera que, al existir tal relación podrían realizarse intervenciones enfocadas en aumentar la autoeficacia para, de este modo, aumentar los niveles de actitud emprendedora en los estudiantes, lo cual terminaría concretándose en el inicio de nuevas empresas.

1.2 Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?

1.2.1 Problemas específicos

Pe 1. ¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?

Pe 2. ¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la asunción de riesgo en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?

Pe 3. ¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?

Pe4. ¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y el control percibido interno en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?

1.3 Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

1.3.1 Objetivos Específicos

OE 1. Establecer la relación entre la autoeficacia y la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

OE 2. Establecer la relación entre la autoeficacia y la asunción de riesgo en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

OE 3. Establecer la relación entre la autoeficacia y la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

OE 4. Establecer la relación entre la autoeficacia y el control percibido interno en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

La presente investigación posee un valor teórico en cuanto contribuye a cubrir el vacío de conocimiento que existe respecto a estudios que analicen la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora bajo un contexto de incertidumbre dada una pandemia global, dejando abierta la posibilidad de ampliar el estudio hacia otros niveles de investigación. Además, los resultados sirven de apoyo a las teorías de la acción razonada y de la conducta planificada. Por otro lado, se llegó a conocer en mayor medida el comportamiento de la relación entre las variables mencionadas. Asimismo, a diferencia de anteriores estudios, con los resultados de la presente investigación se amplió el conocimiento de dicha relación ante un contexto de pandemia global. Finalmente, a partir de los resultados se sugirieron ideas y recomendaciones para futuros estudios.

1.4.2 Justificación práctica

El presente estudio también posee implicaciones prácticas debido a que sus resultados contribuirán a resolver un problema real como lo es, la baja formación en cuanto al entusiasmo empresarial en los estudiantes universitarios, lo cual se manifiesta en el currículo de las universidades que poco impulsan el emprendimiento y que están diseñadas para que el estudiante adecue sus competencias hacia un cargo específico, por lo que, en el presente estudio se expone una serie de dimensiones que con la debida exploración e intervención, se podría incrementar la actitud de los jóvenes hacia el emprendimiento, haciéndolo parte de su proyecto de vida.

1.5 Limitaciones de estudio

Una de las limitaciones que se presentó es la distancia social y el confinamiento establecidos por el Gobierno Peruano, esto es, el distanciamiento físico entre las personas de por lo menos un metro y la restricción de libre movilidad, lo cual dificultó el contacto directo con el problema de investigación, a través de la observación o entrevista directa a los estudiantes de la Segunda

Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas.

Sin embargo, a pesar de que lo anterior pudo haber dificultado o retrasado la elaboración y/o la ejecución del proyecto de investigación científica, a través de la adopción de diferentes estrategias como la aplicación de entrevistas utilizando las tecnologías de información y comunicación (TIC) (como correos electrónicos, mensajes de texto, apps, entre otros) las mencionadas limitaciones fueron superadas.

Capítulo II. Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

Sakinah, Kartiko & Nas (2019) publicaron el artículo científico titulado *The Effect Analysis of Self Attitude and Efficacy on Entrepreneurship Intention of Economics Education Students, Universitas Riau*. Las variables de estudio fueron: actitud y autoeficacia y la Intención empresarial. Se estudió a 105 estudiantes de educación económica en Universitas Riau. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño explicativo. El instrumento empleado fue: un cuestionario. Se determinó un efecto de 0.361 y 0.148 de la actitud y autoeficacia sobre la intención emprendedora, respectivamente, los cuales resultaron ser estadísticamente significativos ya que presentaron un nivel de significancia de 0.001 y 0.046, para cada una de las variables. Así mismo se encontró que tanto la autoeficacia como las intenciones empresariales se encontraban en una categoría muy buena. De los resultados expuestos, se utilizaron aquellos que involucraron la autoeficacia y la intención emprendedora, para establecer la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Wijaya, Sukidjo & Sunarta. en el año (2019) publicaron el artículo científico titulado *Data survey on the antecedent of the entrepreneurial intention in Indonesia*. Las variables de estudio fueron: la autoeficacia, la propensión a asumir riesgos, la actitud emprendedora y la intención emprendedora. Se estudió a 315 estudiantes de programas de emprendimiento de Indonesia. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño explicativo. El instrumento empleado fue: un cuestionario. Se determinó un efecto total de 0.241 de la autoeficacia sobre la actitud emprendedora, el cual resultó ser estadísticamente no significativo ya que presentó un nivel de significancia de 0.221, es decir, la autoeficacia no influye significativamente en las actitudes emprendedoras. Así mismo se encontró que la autoeficacia incide en la propensión a asumir riesgos, a su vez, la propensión a asumir riesgos influye en las actitudes empresariales y, finalmente, las actitudes empresariales inciden en las intenciones empresariales. De los resultados presentados, el primero fue utilizado para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Farrukh, Khan, Khan, M, Ramzani y Akeem en el año (2017) publicaron el artículo científico titulado *Entrepreneurial intentions: the role of familial factors, personality traits and self-efficacy*. Las variables de estudio fueron: factores familiares, rasgo de personalidad, la autoeficacia e intención emprendedora. Se estudió a 306 estudiantes de negocios en universidades privadas en Pakistán. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño explicativo. El instrumento empleado fue: un cuestionario. Se determinó un efecto de 0.2031, 0.2102, 0.212, 0.1991 y 0.3795 de trasfondo familiar, la autoeficacia, la conciencia, la extroversión y la franqueza sobre la intención emprendedora, respectivamente, los cuales resultaron ser estadísticamente significativos ya que presentaron un t estadístico de 2.2305, 2.9011, 2.9101, 2.2412 y 12.209, para cada caso, es decir, existe una relación positiva entre la autoeficacia y las intenciones emprendedoras. De los resultados presentados, fueron utilizados aquellos relacionados con la autoeficacia y la actitud emprendedora para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Jiu, Chi, Shu y Liang. en el año (2016) publicaron el artículo científico titulado *The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention*. Las variables de estudio fueron: los rasgos personales, la autoeficacia y la intención emprendedora. Se estudió a 377 estudiantes de una universidad agrícola en el norte de Taiwán. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño explicativo. Los instrumentos empleados fueron: la escala general de autoeficacia y la escala de intención empresarial. Se determinó un efecto de 0.24 y 0.08 de la autoeficacia sobre la preparación y la convicción, respectivamente, los cuales resultaron ser estadísticamente, es decir, la autoeficacia predice la intención empresarial. Así mismo se encontró que la autoeficacia media la relación entre los rasgos de personalidad y la intención empresarial, debido a que las personas que poseen alto nivel de autoeficacia perciben que pueden realizar cambios y además creen tener el control sobre sus pensamientos y acciones, a su vez, los emprendedores se caracterizan por percibir sus habilidades como superiores en relación a los demás.

Doanha y Bernat en el año (2019) publicaron el artículo científico titulado *Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior*. Las variables de estudio fueron: la autoeficacia empresarial y la intención emprendedora. Se estudió a 2218 estudiantes de pregrado del último año en las universidades de Vietnam. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño correlacional. El instrumento empleado fue: un cuestionario. Se determinó un coeficiente de 0.369 en la correlación entre la autoeficacia empresarial y la intención emprendedora, el cual resultó ser estadísticamente significativo ya que presentó un nivel de significancia de 0.000. Así mismo se encontró que existe asociación entre la actitud hacia el espíritu empresarial y la autoeficacia empresarial de los estudiantes, ya que se determinó un coeficiente de 0.615, el cual resultó ser estadísticamente significativo ya que presentó un nivel de significancia de 0.000. De los resultados presentados, éste último fue utilizado para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Kalitanyi y Bbenkele en el año (2019) publicaron el artículo científico titulado *Measuring University Students' Perceptions About the Role of Self-efficacy on Entrepreneurial Intentions in Cape Town*. Las variables de estudio fueron: la autoeficacia y la intención emprendedora. Se estudió a 270 estudiantes que emprendieron el programa de emprendimiento de las universidades de Cape Town, de Stellenbosch, de Stellenbosch y Cape Península y de Technology durante el año académico 2014. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño correlacional. El instrumento empleado fue: un cuestionario. Se determinó los coeficientes 0.252, 0.119, 0.182, 0.254, 0.243, 0.333, 0.217 y 0.143 en la correlación entre los 9 ítems relacionados a la autoeficacia empresarial y la intención emprendedora, los cuales resultaron ser estadísticamente significativos ya que presentaron un nivel de significancia de 0.000, 0.001, 0.003, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 y 0.002, respectivamente. Los resultados presentados, fueron utilizados para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Chambi y Arohuanca en el año (2019) publicaron el artículo científico titulado *Estudio comparativo de intenciones emprendedoras en estudiantes de*

administración en la ciudad de Puno. La variable de estudio fue la intención emprendedora. Se estudió a 50 estudiantes del IX y X semestre de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno (UNA) y la Universidad Néstor Cáceres Velásquez (UANCV). Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño descriptivo-correlacional. El instrumento empleado fue: el cuestionario de intenciones empresariales (CIE) de Liñán. Se determinó un t-student con un nivel de significancia menor a 0.05 en la diferencia entre las medias de la intención emprendedora de ambas universidades. En este sentido, se encontró que, la intención emprendedora en los estudiantes de la universidad pública (UNA Puno) es sobresaliente (6.14) respecto a las intenciones de los estudiantes de la universidad privada (UANCV Sede Puno) (4.70). De los resultados presentados, éste último fue utilizado para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Liza Rios de Morante en el año (2018) sustentó en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas la tesis de pregrado *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima*. Las variables de estudio fueron: norma Subjetiva, autoeficacia emprendedora, personalidad proactiva e intención emprendedora. Se estudió a 502 estudiantes universitarios de la Facultad de Negocios y de la Facultad de Administración en Hotelería y Turismo de una universidad Privada de Lima. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño descriptivo-correlacional. Los instrumentos empleados fueron: Cuestionario Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) y Entrepreneurial Self – Efficacy (ESE) y el cuestionario para medir la personalidad proactiva de Bernales. Se determinó un coeficiente de 0.17, 0.34 y 0.31 en la correlación entre la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora, la personalidad proactiva y la intención emprendedora, respectivamente. Así mismo se encontró que, 486 estudiantes sí tienen la intención de emprender, mientras que, 16 estudiantes no tienen la intención de emprender.

Frisancho en el año (2019) publicó el artículo científico titulado *Actitudes emprendedoras y su relación con preferencias vocacionales en estudiantes de 5° de secundaria de la I. E. Micaela Bastidas – Arequipa 2017*. Las variables de estudio fueron: la actitud emprendedora y la preferencia vocacional. Se estudió

a 180 estudiantes de quinto grado de educación secundaria de la I.E. Micaela Bastidas. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño descriptivo-correlacional. Los instrumentos empleados fueron: La Escala para medir Actitud Emprendedora (EAE) de Smith y el Test de Preferencias Vocacionales (PPV) de Pereira. Se determinó un coeficiente de 0.176 en la correlación entre la actitud emprendedora de autoestima y la preferencia vocacional realista, el cual resultó ser estadísticamente significativo ya que presentó un nivel de significancia de 0.018. Así mismo se encontró que 486 estudiantes poseen una alta actitud emprendedora y, específicamente, 104 y 97 estudiantes poseen una actitud emprendedora alta en las actitudes de autoestima y necesidad de logro; respectivamente. De los resultados presentados, éste último fue utilizado para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Burgos en el año (2020) sustentó en la Universidad Peruana Unión la tesis de maestría *Motivación de logro y actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima, 2019*. Las variables de estudio fueron: la motivación de logro y la actitud emprendedora. Se estudió a 310 estudiantes de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de una universidad privada de Lima. Se empleó el enfoque cuantitativo y el diseño descriptivo-correlacional. Los instrumentos empleados fueron: Escala de Motivación Académica (EMA) y la escala unidimensional ¿Soy del tipo emprendedor? (STE). Se determinó un coeficiente de 0.401 en la correlación entre la motivación al logro y las actitudes emprendedoras. Así mismo se encontró que, el 52.4% de los estudiantes presenta un nivel moderado de actitudes emprendedoras, en tanto que, el 24.1% y 23.5% posee un nivel bajo y alto, respectivamente. De los resultados presentados, este fue utilizado para establecer posteriormente la discusión con los resultados obtenidos en la presente investigación.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Autoeficacia

Según Sanjuán, Pérez, y Bermúdez (2000), la autoeficacia, de manera concreta, es la eficacia percibida en una situación determinada (por ejemplo, el

hecho de aprobar una evaluación de matemáticas), y de manera general, es una construcción global que involucra la creencia estable que posee la persona acerca de su capacidad en el manejo adecuado de diversos estresores de la vida cotidiana (p.510). Para Utami (2017), la autoeficacia también puede interpretarse como una forma de creencia de un individuo en su propia capacidad de creer en la realización de una acción, de este modo, una persona con una alta autoeficacia también tendrá una gran confianza en realizar una determinada acción (p.480).

Lo anterior es reafirmado por Aguirre, Blanco, Rodríguez y Ornelas (2015), quienes señalan que la autoeficacia se puede entender de manera general, como un constructo global de la creencia estable que tiene una persona acerca de su capacidad para el manejo adecuado de diversos estresores de la vida cotidiana, además, dicha autopercepción influye en la elección de tareas y habilidades, así como en el esfuerzo y perseverancia de los individuos en el momento de enfrentarse a cierto retos e inclusive en las reacciones emocionales que sienten en situaciones complicadas, en este sentido, la Escala de Autoeficacia General (EAG) está acorde a esta definición, evaluando la percepción de competencia personal para el manejo eficaz de una gran variedad de situaciones estresantes (p.89).

Para Rachmawan, Lizar & Mangundjaya (2015), la autoeficacia es un constructo motivacional que no solo se desarrolla a partir de sus rasgos personales, sino que también se ve influida por fuentes externas, como la familia, los padres, las familias extensas y la sociedad, además, se muestra como uno de los factores más influyentes en la elección individual de actividades, niveles de objetivos, persistencia y rendimiento dentro de una variedad de contextos, en este sentido, se resalta el rol de la estrategia de afrontamiento psicológico, ya que puede ayudar, por sí misma, a mantener la motivación y controlar la ansiedad relacionada con el trabajo o la carrera, lo que lleva a mayores expectativas de éxito, de este modo, aprender de la propia habilidad, esfuerzo y estrategias de desempeño deberían conducir a una mayor autoeficacia para las tareas empresariales (p.417-423).

Por otro lado, para Iroegbu (2015), se ha demostrado que la autoeficacia, es una construcción de cognición social (aprendizaje social) que se refiere a las creencias propias de una persona en su capacidad para realizar tareas específicas, además, es un predictor confiable tanto de la motivación como del desempeño de la tarea, e influye en el objetivo personal, además, el autor resalta la teoría cognitiva social, la cual plantea como idea central que las experiencias exitosas aumentan la autoeficacia, pero los fracasos repetidos disminuyen la autoeficacia (p.170).

Por su parte, Fontaines-Ruiz et al. (2016), conciben la autoeficacia dentro del contexto del control percibido, siendo este último crucial para comprender la proximidad o lejanía de la persona respecto al emprendimiento, además, los autores asumen la noción de autoeficacia en el sentido que esta se aproximan hacia la noción de trabajo, asimismo, la autoeficacia como dimensión de la actitud emprendedora posee la función de mostrar la percepción que tiene el individuo sobre su capacidad para realizar un determinado trabajo, de este modo, los autores asumen que, a mayor autoeficacia, existen mayores posibilidades de creer en la idea de afrontar los avatares del proceso de emprendimiento, debido a que, existe una suerte de fortaleza interna que contribuye a la disposición a emprender y a enfrentar situaciones poco agradables (p.34)

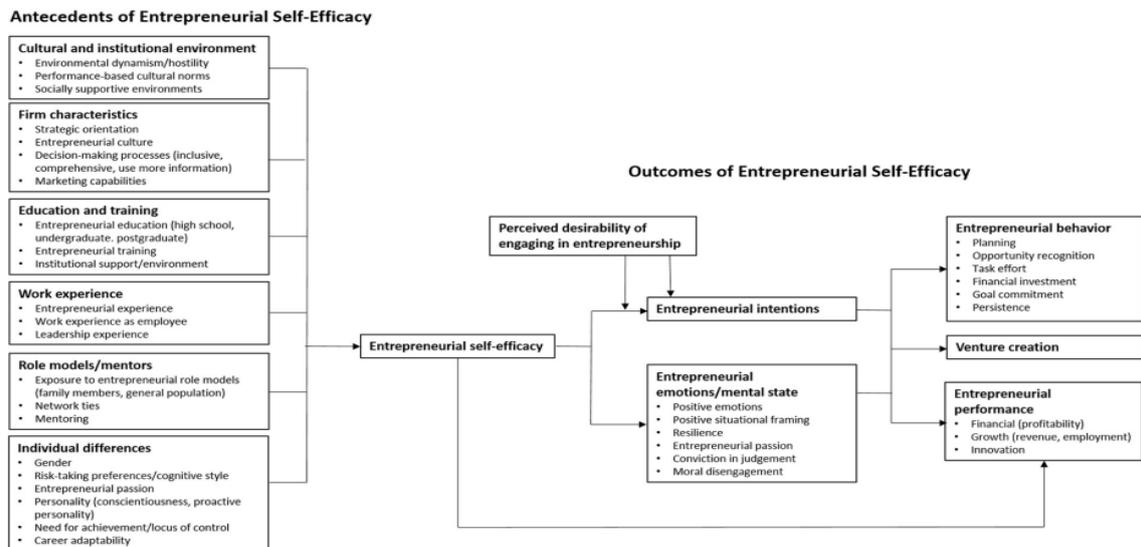
Asimismo Iroegbu (2015), menciona algunas características de la autoeficacia como su relación con situaciones y tareas específicas, más que con el rasgo de la personalidad, debido a que es más bien una característica temporal, porque los individuos a veces identifican comportamientos que les gustaría cambiar y actividades en las que les gustaría participar; sin embargo, la mayoría de las personas se dan cuenta de que existe una brecha entre su deseo de hacer un cambio y su capacidad para poner ese deseo en acción, en este sentido, la autoeficacia desempeña un papel fundamental para cerrar la brecha entre el pensamiento y la acción, ayudando a las personas a avanzar hacia los cambios de comportamiento, de este modo, las personas que reciben y aceptan estímulo verbal positivo de otros demuestran una reducción de la duda y, por lo tanto, presentan una mayor eficacia del yo (p. 171).

Por otro lado, las fuertes creencias de autoeficacia mejoran los logros humanos y el bienestar personal de muchas maneras, así, las personas con un fuerte sentido de competencia personal en un dominio abordan la tarea difícil en ese dominio como desafíos a dominar en lugar de como peligros a evitar; tienen un gran interés intrínseco en las actividades, establecen objetivos desafiantes y mantienen un fuerte compromiso con ellos, aumentan sus esfuerzos ante el fracaso, recuperan más fácilmente su confianza después de fallas o contratiempos y atribuyen el fracaso al esfuerzo insuficiente o al conocimiento y habilidades deficientes que creen son capaces de adquirir, además, la alta autoeficacia ayuda a crear sentimientos de serenidad al abordar tareas y actividades difíciles, mientras que, las personas con baja autoeficacia pueden creer que las cosas son más difíciles de lo que realmente son, una creencia que fomenta el estrés, la depresión y una visión limitada de la mejor manera de resolver un problema (Iroegbu, 2015, p. 171).

Por otro lado, Asimakopoulos, Hernandez y Peña (2019), hacen referencia al término autoeficacia empresarial (percibida) conceptualizándola como la dificultad o facilidad percibida por uno mismo para realizar una determinada acción dentro de un contexto de emprendimiento (pp. 5-7). Al respecto, Newman, Obschonka, Schwarz, Cohen y Nielsen. (2019), también realizan una diferenciación del término autoeficacia emprendedora de la autoeficacia general, haciendo referencia al término autoeficacia específica de la ocupación, en oposición a la autoeficacia generalizada, la cual ejerce efectos sobre el desarrollo profesional y el rendimiento, siendo un tipo de autoeficacia específica de la ocupación la autoeficacia empresarial (ESE), además, los autores desarrollan un marco que sintetiza los resultados de la investigación existente respecto a la autoeficacia emprendedora. En esta línea, la figura 1, representa dicha síntesis (p. 404).

Figura 1

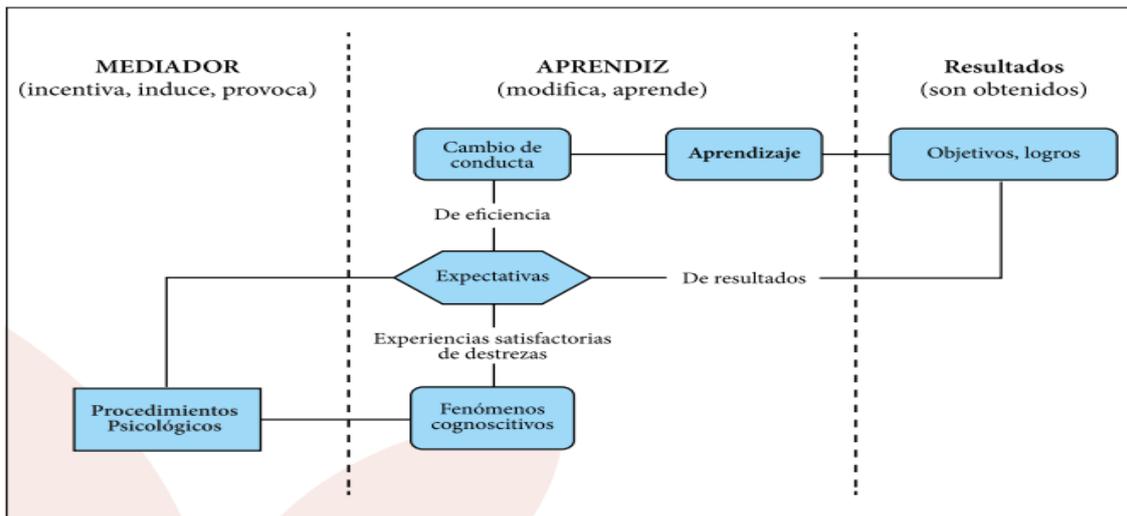
Marco que resume la investigación existente sobre autoeficacia empresarial



Nota. Newman et al. (2019)

Para Rioseco (2015) se realiza una diferencia entre las expectativas relacionadas con los resultados de una conducta y las expectativas asociadas a la eficacia personal, en este sentido, es así que los cambios en la conducta de los individuos dependen de los fenómenos cognoscitivos, los cuales, a su vez, pueden ser inducidos mediante determinados procedimientos psicológicos que proporcionan experiencias satisfactorias que devienen de experiencias de destrezas, además, éstos últimos facilitan el cambio de conducta y, por lo tanto, el aprendizaje, de este modo, en resumen, el modelo postula que la expectativa es una fuerza que sucede “dentro” del individuo y que posibilita explicar una conducta o un cambio en ella, donde tanto la expectativa de eficacia como la de resultados están asociadas con la creencia ya que, ambas se relacionan con lo que la persona supone antes de hacer frente a una tarea (pp.69-70). En este sentido, la figura 2 representa ambos tipos de expectativa, concebidos como factores que modifican la conducta del aprendiz.

Figura 2
Expectativas



Nota. Rioseco (2015)

De acuerdo, a lo mencionado por varios autores se puede considerar a la autoeficacia empresarial como una habilidad donde se caracteriza por la percepción de la confianza de los emprendedores en sí mismos en sus propias capacidades emprendedoras, antes de que se disponga a lanzarse en el negocio, por ello, también se deduce que juega un papel significativo en el desarrollo de las intenciones y de las acciones emprendedoras.

2.2.1.1 Expectativas de eficacia. De acuerdo a Sanjuán, Perez y Bermúdez (2000), desde la perspectiva de Bandura, la expectativa de autoeficacia es el sentimiento de confianza respecto a las capacidades propias en relación al manejo de estresores de la vida, en este sentido, una persona puede creer que conocer ciertos temas podría ayudar a pasar un examen, sin embargo, podría considerarse no capaz de llegar a conocer dichos temas, de esta manera, en este ejemplo concreto, la persona no poseería expectativa de autoeficacia, además, los autores mencionan a que, esta expectativa puede influenciar en los sentimientos, pensamientos y acciones, de manera que, los individuos con bajos niveles de expectativas tienden a poseer bajos niveles de autoestima y sentimientos negativos respecto a su capacidad y, en relación a los pensamientos, esta expectativa fomenta las cogniciones asociadas a las habilidades de uno mismo, donde los pensamientos actúan promoviendo las acciones y, finalmente, respecto a las acciones, las personas que se perciben como eficaces suelen optar por actividades más retadoras, metas más altas y son más persistentes en cuanto a sus propósitos (pp. 509 - 510).

De acuerdo a Rioseco (2015) la expectativa de eficacia hace alusión a la confianza que una persona tiene de poder realizar una conducta específica, es decir, es la convicción de que se puede desempeñar una acción o un conjunto de acciones para lograr un resultado esperado, en este sentido, las personas enfrentarán situaciones complicadas de acuerdo a si creen o no en su eficacia, de este modo, mayormente, una persona evita las situaciones que no cree poder enfrentar de forma satisfactoria, mientras que, se conduce con seguridad, cuando siente la capacidad de obtener buenos resultados mediante su acción (p.70).

Asimismo, Aguirre, Blanco, Rodríguez y Ornelas (2015), agregan que, las expectativas de autoeficacia influyen en diversos aspectos como los pensamientos de las personas, los caminos que éstas deciden tomar, los retos y metas que se formulan, el esfuerzo en determinadas tareas, los resultados esperados, el nivel de su perseverancia, la resistencia frente a la adversidad, el grado de estrés y depresión que experimentan, y los logros que alcanzan (p.89). En este sentido, de acuerdo a Escobar y Zambrano (2015) esta dimensión se

orienta a la evaluación de la capacidad individual respecto a la organización y ejecución de las acciones necesarias para hacer frente a una determinada situación, conduciendo, finalmente, a resultados específicos (p.27).

A partir de la revisión de las definiciones sobre las expectativas de eficacia, expuestas anteriormente, se han determinado cuatro indicadores para medir la variable "Expectativas de eficacia", los cuales son: capacidades y recursos, habilidades, capacidad para encontrar soluciones y el manejo de situaciones. Asimismo, dichos indicadores se definen a continuación.

- Capacidades y recursos: Tomando como referencia a Aguirre et al. (2015), este indicador mide el grado de confianza que los estudiantes poseen en relación a sus capacidades y recursos, de modo que, aquellos que muestran poseer confianza están más motivados en alcanzar sus metas (p.98).
- Habilidades: De acuerdo a Aguirre et al. (2015), este indicador mide la confianza en las habilidades de uno mismo para enfrentar diversas situaciones, las cuales incluyen las reacciones emocionales que se experimentan en un contexto difícil(p.98).
- Capacidad para encontrar soluciones. Siguiendo a Escobar y Zambrano (2015), a través de este indicador se mide la capacidad de las personas para encontrar soluciones ante los obstáculos (p.8).
- Manejo de situaciones. Tomando como referencia a Aguirre (2015), a través de este indicador se evalúa la percepción del manejo eficaz respecto a una gran diversidad de situaciones estresantes (p.98).

Lo que se puede demostrar de acuerdo a las expectativas de eficacia, es que este componente se refiere, según las conceptualizaciones de los autores como una forma de confianza donde las personas pueden percibir e intuir su capacidad con respecto a una actividad o acción que pretenden realizar, esto de acuerdo a sus capacidades y conocimientos, es decir, cuando tienen expectativas positivas sobre algo, posiblemente tengan resultados de la misma forma, mientras que también puede pasar todo lo contrario.

2.2.1.2 Expectativas de resultado. De acuerdo a Sanjuán, et al. (2000), las expectativas de resultado hacen alusión a la percepción que posee una persona en relación a las posibles consecuencias de una acción específica, así, por ejemplo, la creencia de una persona sobre que sabe algunos temas puede contribuir a aprobar una evaluación, resulta ser su expectativa de resultado (pp. 509 - 510). Lo anterior también es mencionado por Escobar y Zambrano (2015), ya que señalan que, las expectativas de resultado son un conjunto de creencias acerca que las acciones conducen a obtener resultados deseados o esperados (p. 27). Asimismo, Bueno, Lima, Peña, Cedillo y Aguilar (2018), agregan que, las expectativas de resultados se refieren a la valoración de que con una determinada conducta se obtendrá un resultado específico (p.6).

Según Rioseco (2015) la expectativa de resultados son creencias y una estimación que se realiza para establecer si una conducta producirá un determinado resultado, además, a diferencia de las expectativas de eficacia, las cuales están relacionadas a la percepción que tiene el individuo acerca de su capacidad para emprender una tarea, las expectativas de resultados exigen el juicio de dicho individuo respecto a si una determinada conducta producirá un resultado específico, lo cual se puede representar en la proposición de, si hago bien una conducta X, obtendré como resultado Y (p.71)

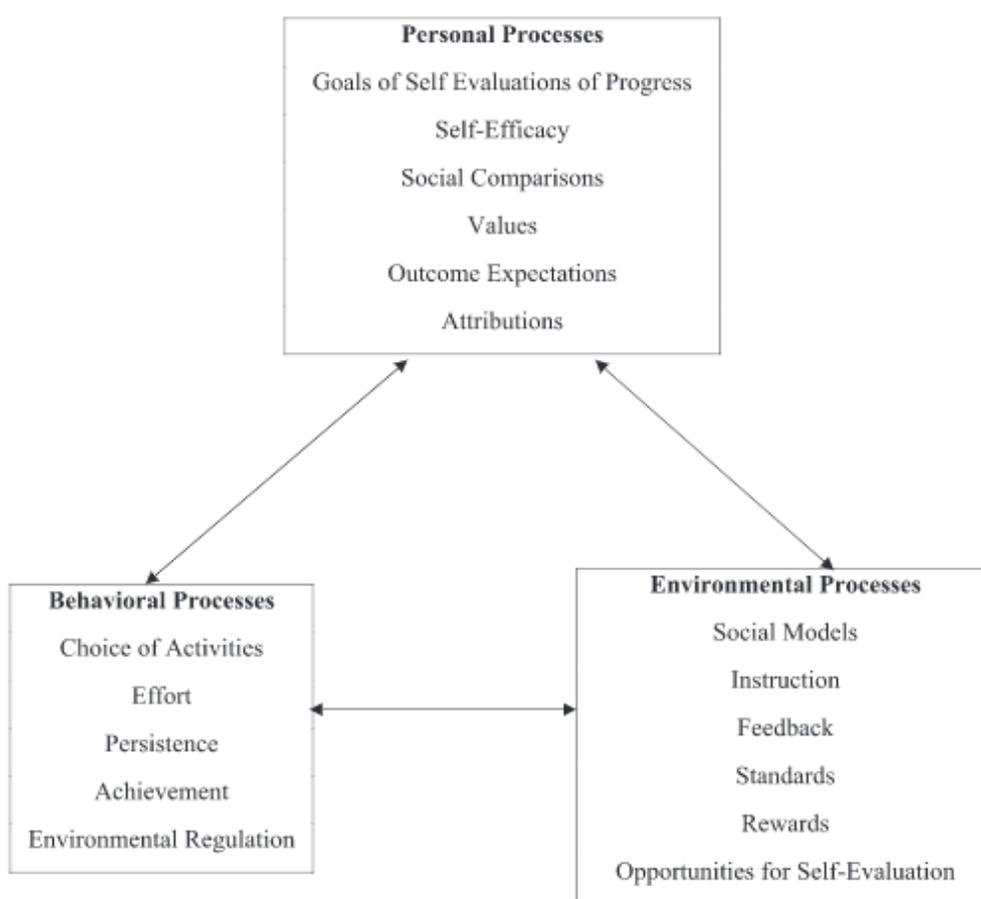
De acuerdo a Schunk y DiBenedetto (2020), en el contexto de las expectativas de resultados, las personas actúan de la manera que creen que conducirán a los resultados deseados y atienden a los modelos que creen que les enseñarán habilidades valiosas, de este modo, las expectativas de resultados pueden mantener resultados motivadores durante largos períodos cuando las personas creen que sus acciones eventualmente producirán éxito, además, el autor define a una expectativa de resultado como la creencia de una persona sobre lo que sucederá después que ésta realice una acción determinada, por otro lado, las expectativas de resultados y la autoeficacia a menudo se asocian entre sí, por ejemplo, en el caso que, los estudiantes que se sienten eficaces para desempeñarse bien y creen que eventualmente tendrán éxito muestran resultados motivadores más altos que aquellos que dudan de sus capacidades o si es posible el éxito a largo plazo, sin embargo, estas creencias no necesitan ser consistentes, de modo que, los estudiantes eficaces pueden mostrar

resultados motivacionales bajos si creen que pueden desempeñarse bien pero que sus esfuerzos no serán reconocidos adecuadamente (por ejemplo, debido a un entorno que no responde) (p.7).

Las expectativas sobre los resultados se presentan, además, como una influencia personal, planteada por la teoría cognitiva social propuesta por Bandura (citado por Schunk y DiBenedetto, 2020, p.7) para impactar el desarrollo de la motivación.

Figura 3

Procesos clave de comportamiento, ambientales y personales



Nota. Schunk y DiBenedetto (2020)

A partir de la revisión de las definiciones sobre las expectativas de resultado, expuestas anteriormente, se han determinado cuatro indicadores para medir la variable “Expectativas de resultado”, los cuales son: resultados del esfuerzo, oportunidades, logro de objetivos y manejo eficiente de situaciones. Asimismo, dichos indicadores se definen a continuación.

- Resultados del esfuerzo: Siguiendo a Aguirre, et al (2015), este resultado se orienta a medir la percepción de los estudiantes en relación a los resultados que pretenden lograr a través del esfuerzo (p. 98).
- Oportunidades: Este indicador hace referencia a la percepción sobre las oportunidades que se presentan en el entorno social donde existen impedimentos (Aguirre et al., 2015, p. 98).
- Logro de objetivos: Se refiere a la percepción acerca de las acciones orientadas a alcanzar las metas personales (Aguirre et al., 2015, p. 98).
- Manejo eficiente de situaciones. De acuerdo a Bueno et al. (2018), se refiere a la identificación de la confianza general o el juicio generalizado que poseen los estudiantes en relación al manejo eficiente de una diversidad de situaciones nuevas (p. 6).

De acuerdo a sus definiciones, las expectativas de resultados se diferencian de las de eficacia, debido a que en estas ya se puede estimar un futuro resultado con seguridad, es decir, con cada decisión que tomen al realizar una acción, las personas ya pueden saber en qué desencadenara dicho accionar, es decir, básicamente se refiere a su capacidad de proyección al momento de realizar actividades que pueden comprometer o mejorar alguna situación dentro de un contexto empresarial o personal.

2.2.2 Actitud emprendedora.

En primer lugar, la actitud personal considera juicios y evaluaciones propias de un individuo en relación con ciertas acciones que tal vez la persona pueda tomar cuando se enfrenta a decisiones difíciles (Agolla, Monametsi, y Phera, 2019, p.140). Además, Martíne, Kobylinska, Garcia y Nazarko. (2019), agrega que, la actitud se forma en el proceso de socialización y tiene un contenido inconsciente y condicionado (p.6). Por otro lado, Jena (2020), señala que las actitudes son formas habituales de reaccionar ante las situaciones, además, el término "actitud" se reserva generalmente para una opinión que representa la inclinación general de una persona hacia un objeto, idea o

institución, en esta línea, las actitudes pueden ser positivas, negativas o neutrales y también latentes y más generalizadas (p.30).

En principio se destaca el rol de la actitud dentro del emprendimiento ya que, como lo señalan Agolla et al. (2019), cuando una persona tenga más una actitud positiva hacia una situación dada (intenciones empresariales), es más probable que esa persona tenga éxito, además, iniciar una nueva empresa comercial implica incertidumbres y riesgos que solo pueden ser superados por individuos con una actitud personal positiva hacia el emprendimiento en comparación con aquellas personas con actitud personal negativa (aversión al riesgo), por lo tanto, plantean la hipótesis de que la actitud personal mediada por la norma subjetiva tiene una influencia positiva en las intenciones empresariales (p.140).

Para Fontaines-Ruiz, Palomo de Rivero, Velásquez, y Aguirre (2016), la actitud emprendedora es el producto de la interconexión sistemática de cinco factores, los cuales son: la autoeficacia para la construcción del trabajo, la resiliencia respecto al cumplimiento de metas, la percepción de las oportunidades de negocio, la motivación hacia el logro y el sentido crítico de la responsabilidad, dado que, estos son los responsables de generar en el individuo los recursos necesarios para que adopte nuevas alternativas de negocio; de esta manera, los autores parten de que existe un constructo emotivo-afectivo que origina el emprendimiento, el cual es conocido como espíritu empresarial, espíritu emprendedor o actitud hacia el emprendimiento (pp. 31 - 35).

En cuanto a la evaluación de la variable actitud emprendedora Fontaines-Ruiz, Palomo de Rivero, Velásquez, y Aguirre (2016) proponen a través de su estudio, cinco factores que explican la actitud emprendedora, los cuales son: sentido crítico de la responsabilidad, percepción de las oportunidades de negocios, resiliencia en el cumplimiento de las metas, motivación al logro y autoeficacia, los cuales explican el 52.36% de la varianza asociada a la actitud emprendedora (p.33)

Figura 4
Modelo sistémico que revela la interacción para configuración de la Actitud Emprendedora

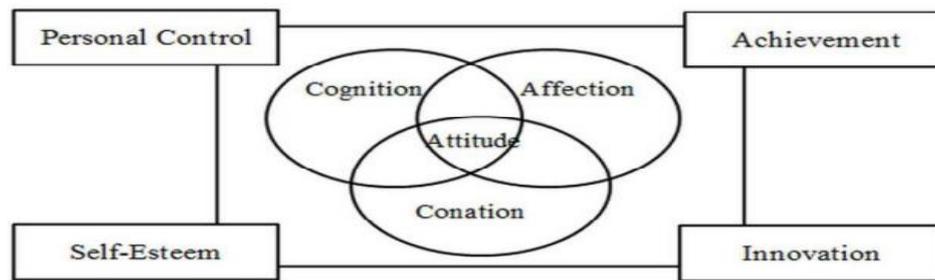


Nota. Fontaines-Ruiz et al. (2016)

Por otro lado, cabe mencionar el trabajo realizado por Robinson(1987, citado por Krauss, 2011, pp. 29-30) y siguiendo lo señalado por Aloulou (2016) se hace referencia a la Orientación de la actitud emprendedora (EAO), la cual abarca cuatro componentes clave: la necesidad de logros en los negocios (en referencia a los resultados percibidos y los resultados del emprendimiento y la conducción de uno para asumir las responsabilidades de lanzar un nuevo negocio); innovación en los negocios (pensar en traer nuevas ideas, productos o métodos innovadores); control personal sobre el comportamiento (que refleja las percepciones de control e influye en el resultado de la creación de empresas); y la autoestima percibida en los negocios, de este modo, de acuerdo a lo anterior, el comportamiento empresarial es una función de estos cuatro componentes en términos de tres dimensiones: afecto, cognición y “conation” (facultad mental de deseo o voluntad de realizar una acción), donde la combinación de estas tres dimensiones motiva a las personas a convertirse en emprendedor (pp. 3-4)

Figura 5

Subconstrucciones y dimensiones de EAO



Nota. Aloulou (2016)

Finalmente, para establecer las dimensiones de la variable actitud emprendedora se ha tomado como referencia al trabajo teórico realizado por Robinson (1987, citado por Krauss, 2011, pp. 29-30), quien define cuatro factores que conforman la actitud emprendedora, las cuales son: la autoestima, la asunción de riesgo, la necesidad de logro y el control percibido interno, a su vez, dichos factores fueron establecidos en base, quien señala que la actitud emprendedora, dentro del contexto de los negocios, puede ser explicada mediante cuatro factores: necesidad de logro, innovación, control percibido interno y la autoestima.

Como mencionaron diversos autores, la actitud emprendedora se puede considerar como el espíritu empresarial que tiene las personas al iniciar con un negocio o un nuevo rubro, debido a que en su forma de pensar es en conseguir el éxito invirtiendo recursos económicos y tiempo, para lograrlo, se debe tener un pensamiento optimista que, con la mano de la actitud positiva, pueden desencadenar resultados positivos con el cual la actitud emprendedora pueda convertirse en un pensamiento empresarial.

2.2.2.1 Autoestima. De acuerdo a Ibañez (2002) la autoestima, o autoevaluación es un proceso de evaluación de diversos aspectos como: acciones, capacidades y atributos respecto a los criterios y valores personales interiorizados (p.55). Por su parte Aloulou (2016), señala que, la autoestima percibida en los negocios es la autoconfianza y las competencias empresariales percibidas del individuo junto con sus asuntos comerciales (p.5).

A partir de la revisión de la definición sobre la autoestima, expuesta anteriormente, se ha determinado cinco indicadores para medir la variable

“Autoestima”, los cuales son: estabilidad y predictibilidad, cohibición e inferioridad, trabajo tradicional, inseguridad y percepción del riesgo. Asimismo, dichos indicadores se definen a continuación.

- Estabilidad y predictibilidad: Este indicador hace referencia a la percepción acerca de la estabilidad, predictibilidad de las cosas y la incertidumbre en el trabajo, así como a las modificaciones permanentes (Ibañez, 2002, p.116).
- Complejo de inferioridad y baja autoestima: La inferioridad se relaciona con la autoestima, en la medida que, como lo señala Pérez (2019), las personas que presentan bajos niveles de autoestima tienden a compararse con las demás, pensando que no poseen buenas cualidades y sintiendo, a su vez, inferioridad respecto a los demás, o sintiendo que el resto es más importante que ellos (p.30).
- Trabajo tradicional: Tomando como referencia a Madero y Barboza (2015), este indicador evalúa la preferencia de las personas por los esquemas laborales conservadores y tradicionales en comparación a la alternativa de explorar nuevas oportunidades de negocio (p. 749).
- Inseguridad: La relación entre la seguridad y la autoestima es directa, de este modo, tal y como lo señala Lomelí-Parga, López-Padilla, y Valenzuela-González (2016), las personas que poseen autoestima muestran seguridad en la realización de vida (p.7).
- Percepción del riesgo: En base a Mejía, Blancas, y Galindo (2019), este indicador evalúa la percepción que se tiene acerca del riesgo que implica estar auto empleado (p.26).

De acuerdo a las diversas conceptualizaciones se puede referir que la autoestima es una autovaloración que tiene la persona sobre sí misma en función de sus pensamientos, sin embargo, esta puede ser positiva o negativa y ser trabajada para que mejore.

2.2.2.2 Asunción de riesgo. De acuerdo a Ibañez (2002), bajo la perspectiva de Scherer, la asunción del riesgo es la probabilidad de recibir una recompensa cuando una determinada situación resulta ser exitosa, la cual se solicita antes de exponerse a las consecuencias del fracaso, mientras que, una situación alterna ofrece una recompensa menor, debido a que, las consecuencias del fracaso tienen una menor severidad (pp. 59-60).

Por su parte Karabulut (2016), considera que, tomar riesgos calculados es el último enfoque en cuanto emprendimiento y que la asunción de riesgos puede conducir tanto al éxito como al fracaso, por lo tanto, los empresarios deben calcular los riesgos de sus acciones antes de tomarlas, evaluar las ventajas y desventajas de la toma de riesgos en todas las etapas de la iniciativa empresarial, en este sentido, los emprendedores toleran los riesgos más que otras personas, de modo que, tolerar riesgos es un rasgo importante para que los empresarios tengan éxito, así, los emprendedores asumen riesgos profesionales, financieros, familiares y de reputación cuando deciden establecer sus propias empresas, en conclusión, las personas que pueden tolerar los riesgos pueden tener intenciones empresariales y comenzar sus propios negocios, en tanto que, la propensión a asumir riesgos es manejar el riesgo y la incertidumbre y estar preparados para soportarlos, de modo que, las personas que toman riesgos pueden elegir alternativas con menos posibilidades pero con resultados ventajosos y quieren tomar decisiones en situaciones más inciertas, así, los emprendedores corren varios riesgos para el capital, la carrera, el prestigio y las relaciones familiares y una persona que tiene una intención empresarial debe tener un grado óptimo de orientación al riesgo (pp. 14-15).

A partir de la revisión de la definición sobre la asunción de riesgo, expuesta anteriormente, se ha determinado dos indicadores para medir la variable "Asunción de riesgo", los cuales son: propensión al riesgo e incertidumbre y preferencias por lo nuevo. Asimismo, dichos indicadores se definen a continuación.

- Propensión al riesgo e incertidumbre: Este indicador se refiere a la orientación de las personas hacia el riesgo, la cual se caracteriza por ser subjetiva (Ibañez, 2002, p.60).

- Preferencias por lo nuevo: De acuerdo a Otero et al. (2018), este indicador evalúa la preferencia de los individuos por la búsqueda de aventuras, por exponerse al riesgo, por explorar lo desconocido, por vivir nuevas experiencias, los cuales son motivadores para emprender largos trayectos (p.3).

En términos empresariales, la asunción de riesgos de acuerdo a diversas definiciones se puede considerar como una probabilidad o la incertidumbre que se tienen al tomar acciones en un negocio, algo que puede generar beneficios o pérdidas, es por ello, que se denomina riesgo, ya que se tienen que tomar a veces estos para poder lograr y alcanzar logros esperados y más grandes.

2.2.2.3 Necesidad de logro. De acuerdo a Fontaines-Ruiz et al. (2016), la necesidad de logro hace referencia al impulso interior hacia el logro de determinados objetivos, donde se resalta el rol de la competitividad en la generación de dicho impulso enfocado hacia el logro de metas, y a su vez, enfrentando a la persona a dos situaciones, las cuales son el temor a no concretar lo planificado y poseer la motivación requerida para obtener lo que se desea, a su vez, esta situación se resuelve a través de una especie de dialéctica cuando la percepción de logro excede a la del fracaso, siendo esta dinámica la que direcciona la activación conductual en la elección de los recursos más adecuados a la obtención de lo planeado y, finalmente, es esto último lo que justifica la definición de la necesidad de logro como dimensión de la actitud emprendedora (pp. 34-35). A su vez, Krauss (2011), agrega que, la necesidad de logro alude a los resultados concretos en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos (p.29).

A partir de la revisión de las definiciones sobre la necesidad de logro, expuestas anteriormente, se ha determinado siete indicadores para medir la variable “Necesidad de logro”, los cuales son: dedicación de tiempo, originalidad en las tareas, Ideas inciertas, resultados deseados, competencia, cuestionar y trabajo. Asimismo, dichos indicadores se definen a continuación.

- Dedicación de tiempo: Siguiendo a Martíne, Suarz, y Valiente. (2019), la dedicación de tiempo mide la percepción del individuo

respecto a la idea que la dedicación de tiempo es uno de los factores más importantes para el éxito del proyecto emprendedor (p.129).

- Originalidad en las tareas: Siguiendo a Ibañez (2002), la originalidad en las tareas mide la percepción de la actitud creativa para ver los problemas de manera original y no convencional.
- Ideas inciertas: De acuerdo a Ibañez (2002), este indicador mide la inclinación por aquellas ideas que no son seguras, esto es, por ideas que poseen resultados inciertos (p.107).
- Resultados deseados: De acuerdo a Leiva (2018), este indicador mide la capacidad de un individuo para lograr un resultado específico, ya sea en el contexto de las organizaciones a las que pertenece o al de un negocio (p.46).
- Competencia: Se refiere a la percepción sobre que la competencia es lo más relevante para la supervivencia y el éxito de las organizaciones (Ibañez, 2002, p.41).
- Cuestionar: Bajo la perspectiva de Díaz, Ossa, Palma, San Martín y Araneda. (2019), este indicador hace referencia a la percepción sobre la acción de elaborar juicios respecto a la veracidad de la información (p.271).
- Trabajo: De acuerdo a Madero y Barboza (2015), el trabajo es un indicador en la medida que, está relacionado a la iniciativa que muestran los individuos por esforzarse para realizar su trabajo de una mejor manera (p.753).

Según los conceptos la necesidad de logro es definida como el alcanzar metas y objetivos previamente establecidos, pero teniendo en consideración su motivación y su capacidad de emprender, algo que ayuda a que se logre lo planificado y en el tiempo esperado, se puede considerar como la habilidad de lograr lo pactado haciendo uso de todos los recursos y herramientas disponibles.

2.2.2.4 Control percibido interno. De acuerdo a Krauss (2011), el control percibido interno, o también conocido como *locus of control*, representa el lugar donde la persona posiciona el control de su vida y, además, posee la característica de ser interno cuando dicha persona considera que los resultados que obtiene se deben a las acciones que realiza ella misma, mientras que, en el caso del control percibido externo, la persona piensa que sus acciones no influirán en los resultados que obtenga (p.30). Además, Aloulou (2016), el control personal sobre el comportamiento refleja las percepciones de control e influye en el resultado de la creación de empresas (p.4).

- Trabajo como medio: Tomando como referencia a Lizárraga (2019) se mide la percepción acerca del sacrificio y trabajo como medio para poder alcanzar las metas (p.8).
- Dedicación: De acuerdo a Leiva, Ferreto y Lafuente. (2018) se mide el esfuerzo plasmado en la dedicación de un mayor tiempo a la realización de una tarea específica (p.46).
- Trabajo propio: Según Lomelí, López y Valenzuela (2016), este indicador hace referencia a la valoración de un individuo acerca la eficacia del trabajo que ha efectuado (p.3).
- Competencia: Hace referencia al grado de convencimiento acerca de la idea que sólo las personas calificadas como competentes pueden hacer frente al reto de crear una empresa (Ibañez, 2002, p.56).

Las definiciones del control interno percibido hacen referencia al parecer sobre como una persona en este caso el emprendedor percibe que sus acciones han podido lograr ciertos resultados, ya sean estos negativos o positivos, es decir, que se contempla que es la capacidad para poder asumir responsabilidades como también tomar créditos de ciertas decisiones.

2.2.3 Autoeficacia y actitud emprendedora.

Respecto a la relación que existe entre la autoeficacia y actitud emprendedora, Rachmawan et al. (2015), señalan que, si una persona tiene una

alta autoeficacia, tendrá un alto compromiso para alcanzar sus metas y objetivos (p.424).

De modo que, dada la importancia de la autoeficacia en la actitud emprendedora, autores como Asimakopulos, Hernández y Peña (2019), sugieren su promoción así como algunas reformas en la educación superior para incentivar el emprendimiento en los jóvenes, las cuales deben estar orientadas al aumento de los niveles de autoeficacia percibida, sin embargo, los autores resaltan que, no solo basta con enseñar habilidades empresariales sino que, también se debe mostrar modelos de comportamiento creíbles y, además, otorgar apoyo psicológico y emocional (p.5). En esta línea, desde un enfoque universitario, la actitud empresarial es concebida como un conocimiento al que se llega a través de un sistema de pensamiento abstracto, por lo que, debe ser promovido desde la educación superior tal y como lo refiere Ostaiza (2020), con el fin de incentivar el espíritu emprendedor o la mente creativa para incorporar, de esta manera, grandes emprendimientos al mercado laboral (pp. 4-5). Finalmente, Gough (2018), también resalta el rol de la educación en la formación de la actitud empresarial, señalando que, las actitudes pueden modificarse, pero existe una mayor probabilidad que la actitud hacia un objeto específico perdure, de acuerdo a las experiencias educativas que generan estas actitudes (p.103).

De acuerdo al concepto, se considera que ambas tienen cierto vínculo teórico y práctico, porque las personas que cuentan con autoeficacia identificada podrán tener una actitud emprendedora y positiva más alta, con lo cual los resultados que se logren evidentemente serán positivos, esto de acuerdo al concepto previamente visualizado y analizado.

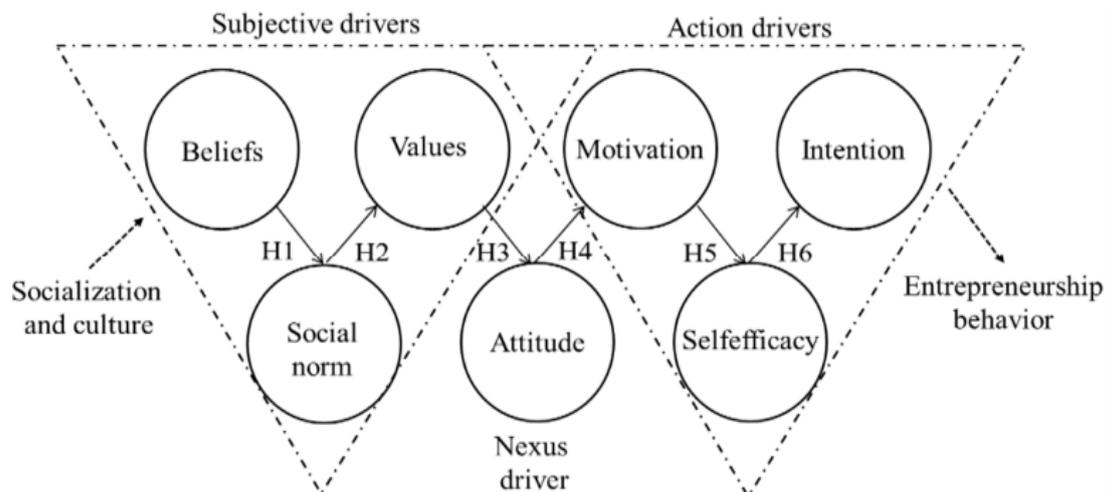
Dado lo anterior, en esta sección se presentan los distintos modelos empíricos que relacionan la autoeficacia con la actitud emprendedora propuestos por distintos autores.

2.2.3.1 Modelo de Martínez, Kobylinska, Garcia y Nazarko (2019).

Proponen, un modelo que incluyen variables exclusivamente personales, dada la relevancia de dichas variables en las empresas, por otro lado, las variables del modelo se pueden dividir en dos grupos, variables subjetivas (como las creencias, norma social) y variables de acción personal (como la motivación y la autoeficacia), en este sentido, en el modelo, la cadena de efectos directos e indirectos comienza con las variables subjetivas que influyen en las variables de acción y culmina con la intención empresarial; donde la actitud es una variable clave en el modelo ya que sirve como enlace entre las variables subjetivas y las relacionadas con la acción (pp.19-20). Finalmente, a partir de los resultados, los autores sugieren que el emprendimiento es un proceso menos voluntario de lo que podría suponerse al principio, es decir, hay un contenido inconsciente y socialmente determinado en el proceso de creación de una empresa.

Figura 6

Modelo propuesto de las relaciones entre factores personales y la intención empresarial



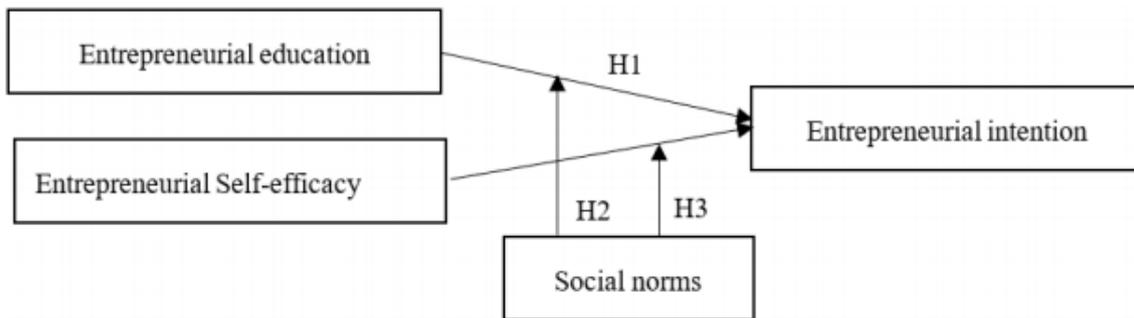
Nota. Martínez et al. (2019)

De acuerdo con el modelo mencionado, se enmarca más en la capacidad de emprender debido a que habla sobre las creencias social como un factor externo y los factores de acción personal que son la motivación y la autoeficacia, los cuales pueden los pilares necesarios para que se logre el éxito empresarial de un emprendedor.

2.2.3.2 Modelo de Asimakopoulos et al. (2019). Este modelo, destaca el rol moderador de las normas sociales, indicando que la presencia de mentores o modelos a seguir podría ser un elemento decisivo en el nivel de autoeficacia empresarial individual, es decir, el entorno de una persona puede aumentar su percepción de habilidad y, en consecuencia, también su intención de emprender, por lo que, los autores sostiene que, el efecto de la autoeficacia empresarial sobre la intención de emprender puede incrementarse si hay un ambiente favorable para el emprendimiento, lo cual vendría a ser el modelo conceptual (p.5).

Figura 7

El modelo conceptual



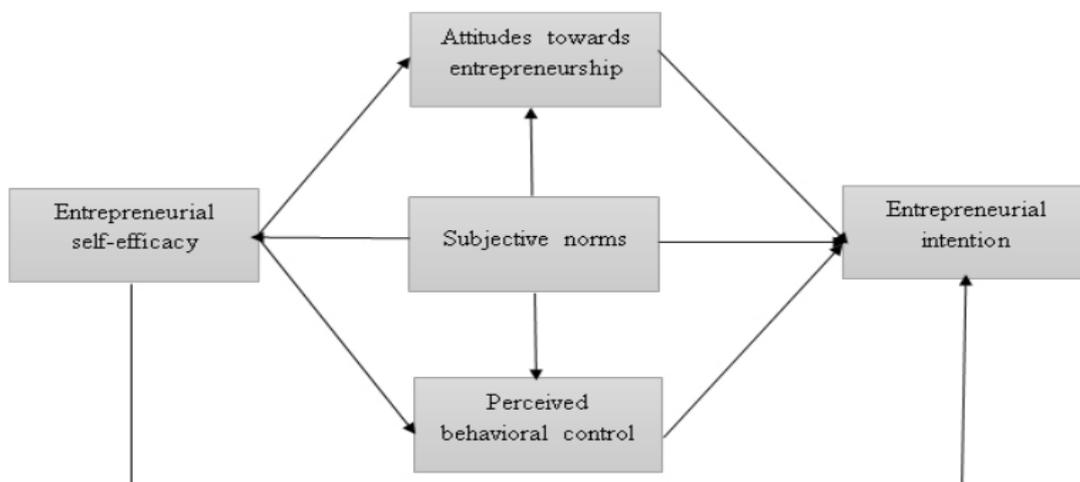
Nota. Asimakopoulos et al. (2019)

En este modelo se habla sobre como el contexto de un emprendedor, puede ocasionar que ayude en el desarrollo de sus habilidades empresariales como también puede perjudicarlas, lo que claramente de muestra que para el éxito empresarial no es necesario tener la capacidad y la habilidad, sino tener el entorno adecuado.

2.2.3.3 Modelo de Doanha y Bernat (2019). El modelo propuesto por los autores examina la relación entre la autoeficacia empresarial y la intención empresarial y proponiendo una relación directa entre estas dos variables, basándose tanto en la teoría del comportamiento planificado como en la teoría de la autoeficacia, además, de acuerdo a los autores la intención empresarial está indirectamente influenciada por la autoeficacia empresarial a través de actitudes hacia el emprendimiento y el control del comportamiento percibido, en este sentido, el modelo indaga sobre los efectos directos e indirectos de las normas subjetivas sobre la intención empresarial, y específicamente, en el caso de la creencia de una persona, ésta puede influir en su intención y comportamiento, más aún, la creencia de los resultados podría afectar la actitud de un individuo hacia el comportamiento, y, en cuanto a la relación positiva entre la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia empresarial, las personas que tienen una alta autoeficacia empresarial pueden tener un alto nivel de disposición para iniciar un negocio, en otras palabras, la autoeficacia empresarial puede influir positivamente en el control conductual percibido (pp. 2449-2450).

Figura 8

Marco conceptual



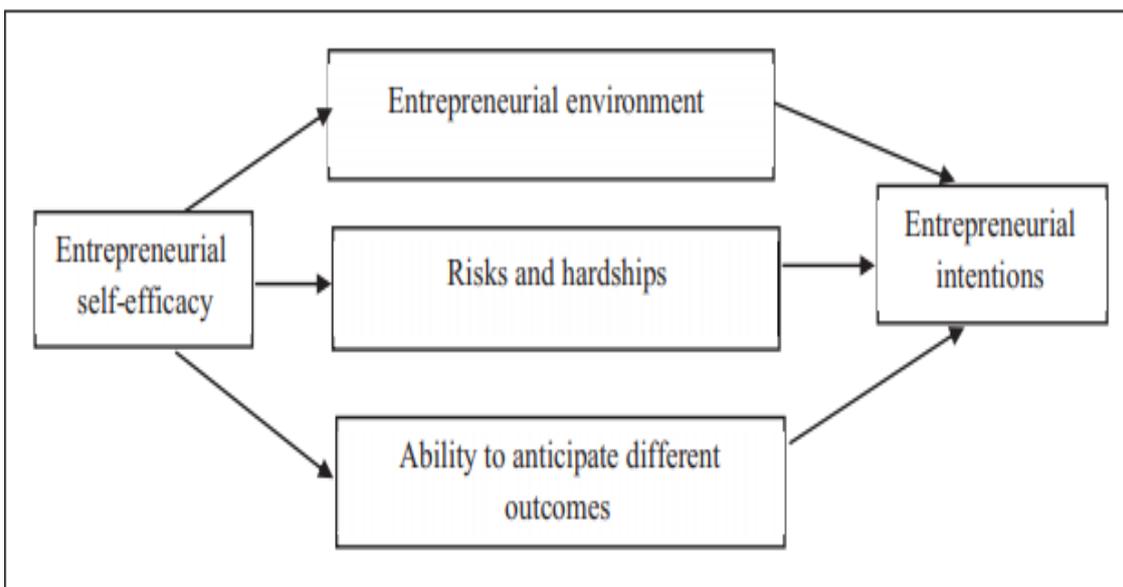
Nota. Doanha y Bernat (2019)

El modelo presentado, se basa principalmente en la autoeficacia y la intención de emprender, tomando como referencia aquellos aspectos necesarios para lograr y alcanzar las metas y objetivos empresariales establecidos, lo que menciona este concepto es que la disposición y la intención a emprender no es lo mismo, porque disponer es concretar el inicio de una actividad empresarial.

2.2.3.4 Modelo de Kalitanyi y Bbenkele (2019). Los autores plantean la hipótesis que los estudiantes perciben la autoeficacia como una hélice de intenciones empresariales, ya que, los autores consideran que, en general, la autoeficacia es un determinante importante del éxito de la empresa y los comportamientos orientados a la carrera, lo cual implica que, si los empresarios poseen un nivel más alto de creencias de autoeficacia para alcanzar el éxito en las tareas, perseverarán para lograr niveles más altos de éxito en lo que respecta a la oportunidad de explotación, además, los autores argumentan que las creencias de autoeficacia empresarial acerca de la capacidad de controlar los pensamientos positivos son diferentes a las creencias acerca de la capacidad de controlar con éxito los pensamientos negativos y, finalmente, los autores incluyen otras variables como el entorno empresarial, los riesgos y las dificultades, así como la capacidad de anticipar diferentes resultados de nuestras empresas, como variables en el fomento de las intenciones empresariales (pp.3-6).

Figura 9

Autoeficacia empresarial y decisiones empresariales



Nota. Kalitanyi y Bbenkele (2019)

Dentro de este último modelo propuesto, se puede considerar o afirmar que la autoeficacia se considera el pilar indispensable para poder generar y lograr una actitud emprendedora positiva, pero siempre teniendo en cuenta el entorno en que se logra, ya que la actitud emprendedora puede estar en todo y básicamente la confianza es la que logra concretarla o no concretarla.

2.2.4 El emprendimiento bajo una situación de incertidumbre.

Tal como lo indica el Observatorio del Emprendimiento de España (2020), la actual crisis del COVID-19 ha generado un contexto de incertidumbre, a su vez, esta situación, ha generado una gran preocupación en los emprendedores, así, por ejemplo, en España el 58% de las empresas españolas califica los primeros 50 días de esta crisis como una incertidumbre (p.7).

Dentro de las teorías que estudian al emprendimiento bajo un contexto de incertidumbre, se resalta la teoría del beneficio de Frank Knight (1984, citado por Primo y Turizo, 2016, p.41)., quien inició sus estudios dentro de un entorno de incertidumbre en el sector industrial, generado como resultado de las huelgas violentas en Estados Unidos durante los años de 1890-1904, surgiendo, de esta manera, grandes riesgos que fueron asumidos por los que aportaban al capital y los que aportaban su propia habilidad (emprendedores o empresarios), de esta manera, se originó la siguiente pregunta: en la distribución de las ganancias que reportan las empresas, ¿debía considerarse sólo a quienes aportan al capital o también debía incluirse al empresario?, por otro lado, cabe resaltar que, hasta ese momento, la teoría ortodoxa económica, no incluía la existencia de un agente que poseía un talento especial para los negocios (emprendedor o empresario) dentro de los factores de producción

Por otro lado, Knight (1984 citado por Primo y Turizo, 2016, p.41). relaciona los beneficios y la empresa con la incertidumbre, diferenciando dos tipos de incertidumbre, la incertidumbre mensurable (o riesgo propio) así como la incertidumbre inmedible, de lo cual se origina el hecho que, el riesgo es asegurable y la incertidumbre no, y a su vez, el autor considera que la incertidumbre hace que los beneficios sean más altos, donde la incertidumbre es el resultado de los permanentes cambios en las situaciones en las que se desenvuelve la actividad económica, afirmando que, sin estos cambios no existirían beneficios, sin embargo, hace una aclaración al decir que no son los cambios por sí mismos los que originan los beneficios sino más bien, es la diferencia entre las condiciones reales y las que se esperaban (las cuales fueron la base de la organización de los negocios) la que origina los beneficios (Primo y Turizo, 2016).

Además, se afirma que, la incertidumbre es asumida por el emprendedor en el instante en que opta por dar inicio a una operación de riesgo, debido a que, considera que el residuo es una oportunidad atractiva, sin embargo, añade que el empresario más que disminuir la incertidumbre, se encarga de asegurar a aquellos cuya labor es prestar servicios a cambio de una remuneración fija, contra la incertidumbre y la fluctuación de la renta, además, el empresario se presenta, a su vez, como un agente dinámico que fomenta el desarrollo y la innovación, siendo esta característica, la que dificulta que se le incluya en el análisis estático, ya que, el contexto en que el emprendedor ejecuta su labor es dinámica, de modo que, al modificarse una variable se modifican otras en mayor o menor medida (Primo y Turizo, 2016 pp. 41-42).

En relación a la pregunta elaborada por Knight(1984, citado por Primo y Turizo, 2016, p.41) en los párrafos anteriores, el autor da respuesta argumentando que, el espíritu empresarial es un juicio que analiza las situaciones más inciertas, como el inicio de una nueva empresa, el establecimiento de un nuevo mercado, además, éste no puede ser medido en términos de producción marginal, generando que, no pueda ser retribuido en forma de salario, adicionalmente, se puede referir que en las decisiones tomadas hay una incertidumbre que no se puede medir, por lo que, hay lugar para la equivocación, lo cual explica la aparición de las ganancias y su atribución al empresario, en conclusión, es la gestión de la incertidumbre lo que diferencia al empresario del administrador, a su vez, es la asunción del riesgo no asegurable de la producción la que hace que el emprendedor sea quien reciba las ganancias puras, esto es, un ingreso residual obtenido percibido luego de haber descontado los pagos contractuales, como recompensa por haber asumido la incertidumbre (Primo y Turizo, 2016, p.42).

En conclusión, se concibe la incertidumbre como un concepto de carácter subjetivo y que, a su vez, explica y justifica la función del empresario, en tanto que, el concepto de riesgo sugiere objetividad y es posible medirlo y, además, cuando la incertidumbre puede ser asegurada, pierde toda significancia, a partir de lo cual, se puede realizar una distinción entre un emprendedor y un administrador, donde el emprendedor es quien asume riesgos mientras que, el administrador no (Primo y Turizo, 2016, pp. 41-43).

De acuerdo a las conceptualizaciones, se puede considerar al emprendimiento en incertidumbre como la capacidad de adentrarse o arriesgarse a algo nuevo y desconocido, sin saber, los resultados que se lograrán, es decir que, aunque la mayoría de las personas anhela la certeza de los resultados conocidos, la incertidumbre del espíritu empresarial puede tener sus propias recompensas, como lograr que los resultados positivos alcanzados sobrepasen considerablemente a los proyectados.

2.2.5. La actitud emprendedora de los estudiantes de segunda especialidad

De acuerdo con los planteamientos de Jena (2020) las actitudes son las maneras habituales de reaccionar que puede tener una persona ante determinadas situaciones (p.30). Sin embargo, cuando se habla de actitud ante un escenario de Emprendimiento Agolla et al. (2019) brindan una conceptualización más adecuada y, es la actitud positiva que tiene una persona a iniciar una nueva empresa comercial, pese a los riesgos e incertidumbre que ello implique (p.140).

Esta conceptualización va apegada a los estudiantes de segunda especialidad de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas quienes ante la situación de pandemia del COVID-19 y a las restricciones que ha generado, estos se han visto en la necesidad y han tenido la actitud de emprender nuevos negocios relacionado con sus actividades, por ejemplo, han desarrollado clases y talleres virtuales vía zoom como danzas folclóricas, talleres de pintura, marinera, talleres de Origami y gimnasia folclórica, esto les ha permitido dinamizar sus actividades. Por otra parte, estos estudiantes han decidido organizarse como grupo e incursionar en un nuevo rubro para ello, como es la venta y comercialización de polos relacionados con la danza, folklore y lugares turísticos.

La ventaja y fortaleza que tienen los estudiantes de segunda especialidad es que ya poseen un título docente, son responsables de una familia y ello les lleva a buscar nuevas formas de mantenerse activos dentro del mercado, pese a todas las restricciones que se están presentando por el COVID-19; sin embargo, si se les compara con otros estudiantes que no poseen título, la gran mayoría vive con su padres y no tienen la necesidad de incursionar en el mercado o no tienen ideas novedosas para ofrecer al público por el trabajo que desempeñan

2.3 Definición de términos básicos

Actitud: Es la caracterización de la cognición personal, que incluye la evaluación subjetiva de uno mismo, de los demás, de las actividades, de eventos, entre otros y tiene una influencia importante en las reacciones y el comportamiento de un individuo (Liu, L, Zhao, Guanxi y Zhao, 2019. p.2).

Emprendedor: El emprendedor es una persona caracterizada por asumir el riesgo y enfrentar con la incertidumbre, además es el destinatario de los beneficios, debido a que, son los beneficios la recompensa al emprendedor por asumir el costo de la incertidumbre (Terán y Guerrero, 2020, p.7).

Emprendedor naciente: De acuerdo a Kasari, Surya, Miqdad y Rukmayuninda (2020), cuando alguien o una institución se dedican a la creación de nuevas empresas con la expectativa de ser propietarios o copropietarios de la nueva empresa, la actividad se denomina comportamiento emprendedor naciente, además, este término es muy adecuado para medir la intención empresarial (p.50).

Emprendimiento: Según Fontaines, Palomo, Velasquez y Aguirre. (2016), el emprendimiento es un proceso humano que se caracteriza por crear y transformar alternativas de negocios, generando valor agregado a los bienes o servicios en un determinado entorno social, político y económico (p.30).

Estresores cotidianos: Los estresores cotidianos son circunstancias recurrentes o diarias que irritan o frustan a los individuos, además, poseen un

efecto acumulativo nocivo y amenazante sobre la salud y el adecuado funcionamiento psicológico, poniendo en riesgo el bienestar de las personas (ç Martínez, Padilla y Suarez, 2019, p.41).

Incertidumbre: La incertidumbre se define como la aleatoriedad con probabilidades desconocidas y, además, la incertidumbre posee la característica de no poder asegurarse (Primo y Turizo, 2016, p.41).

Intención: De acuerdo a Kalitanyi y Bbenkele (2019), la intención se define como un estado mental que dirige la mente y la acción hacia un objetivo específico (p.3)

Inventor: Krauss (2011), un inventor es aquel que se caracteriza por enfrentar los riesgos y tolerar la ambigüedad y la incertidumbre, donde la medida de realización de un inventor es el número de inventos elaborados, así como las patentes propias, mostrando un bajo interés hacia los beneficios económicos (p.3).

Resiliencia: Serna y Zenozain (2017), señalaron que la resiliencia se compone de tres factores, en primer lugar, la resistencia en relación a circunstancias de destrucción y desolación; esto es, la habilidad para protegerse a sí mismo bajo presión y, en segundo lugar, la capacidad de poseer una conducta trascendente y positiva, a pesar de los contextos complicados, conduciéndose en circunstancias adversas y, finalmente, el componente de aprendizaje y lección para hacer frente a otros contextos ya sean parecidos o diferentes.

Riesgo: El riesgo es una aleatoriedad con probabilidades conocidas y, además, el riesgo posee la característica que puede asegurarse (Citado por Primo y Turizo, 2016, p.41). Además, la asunción del riesgo es la probabilidad de recibir una recompensa cuando una determinada situación resulta ser exitosa, la cual se solicita antes de exponerse a las consecuencias del fracaso (Ibañez, 2002, p. 31).

2.4 Sistema de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

2.4.2 Hipótesis específicas

1. La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.
2. La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la asunción de riesgo en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.
3. La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.
4. La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con el control percibido interno en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

2.5 Operacionalización de las variables

2.5.1 Variable independiente: Autoeficacia

La autoeficacia es, en concreto, la eficacia percibida en una situación determinada y, de manera general, es una construcción global que alude a la creencia estable que posee la persona acerca de su capacidad en el manejo adecuado de diversos estresores de la vida cotidiana (Sanjuán, Pérez, y Bermúdez, 2000, p.510).

A su vez, se definieron dos dimensiones para la variable autoeficacia: expectativas de eficacia y expectativas de resultado. Asimismo, en el caso de la primera dimensión se determinó cuatro indicadores: capacidades y recursos (ítem 1), habilidades (ítem 2), capacidad para encontrar soluciones (ítems 3 y 4) y manejo de situaciones (ítem 5) y, respecto a la segunda dimensión se estableció cuatro indicadores, los cuales son: resultados del esfuerzo (ítems 6 y 7), oportunidades (ítem 8), logro de objetivos (ítem 9) y manejo eficiente de situaciones (ítem 10).

En relación a la definición operacional de la autoeficacia, ésta fue evaluada mediante la Escala de Autoeficacia General (EAG) a través de sus dimensiones: expectativas de eficacia y expectativas de resultado.

2.5.2 Variable dependiente: Actitud emprendedora

La actitud emprendedora, es el resultado de la interconexión sistemática de cinco factores: la autoeficacia para la construcción del trabajo, la resiliencia respecto al cumplimiento de metas, la percepción de las oportunidades de negocio, la motivación hacia el logro y el sentido crítico de la responsabilidad (Fontaines-Ruiz, Palomo de Rivero, Velásquez, y Aguirre, 2016, p.35).

Además, se definieron cuatro dimensiones para la variable actitud emprendedora: autoestima, asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno. En el caso de la primera dimensión se ha determinado cinco indicadores: estabilidad y predictibilidad (ítems 1 y 2), complejo de inferioridad y baja autoestima (ítems 3, 4 y 5), trabajo tradicional (ítem 6), inseguridad (ítem 7), percepción del riesgo (ítems 8 y 9). En cuanto a la segunda dimensión se ha establecido dos indicadores, los cuales son: propensión al riesgo e incertidumbre (ítems 10, 11 y 12) y las preferencias por lo nuevo (ítems 13, 14 y 15). Respecto a la tercera dimensión se ha determinado siete indicadores: dedicación de tiempo (ítems 16 y 17), originalidad en las tareas (ítem 18), ideas inciertas (ítem 19), resultados deseados (ítems 20 y 21), competencia (ítem 22), cuestionar (ítem 23) y trabajo (ítem 24). Finalmente, para la cuarta dimensión se ha establecido cuatro indicadores: trabajo como medio (ítems 25 y 26), dedicación (ítem 27) y trabajo propio (ítems 28 y 29) y competencia (ítem 30).

Así, operacionalmente, la actitud emprendedora se evaluó en base al Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO), a través de cuatro dimensiones: autoestima, asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno.

Operacionalización de variables

Autoeficacia y actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Unidades o categorías | Escala de medición |
|--|---|---|---------------------------|---|--------------------|
| Variable X Autoeficacia | En concreto es la eficacia percibida en una situación determinada y de manera general es una construcción global que alude a la creencia estable que posee la persona acerca de su capacidad en el manejo adecuado de diversos estresores de la vida cotidiana (Sanjuán, Pérez, y Bermúdez, 2000, p.510) | La autoeficacia será evaluada mediante la Escala de Autoeficacia General (EAG) a través de dos dimensiones: expectativas de eficacia y expectativas de resultado. | Expectativas de eficacia | Ineficiente Regular Eficiente | Ordinal |
| | | | Expectativas de resultado | | |
| Variable Y Actitud emprendedora | Es el resultado de la interconexión sistemática de cinco factores: la autoeficacia para la construcción del trabajo, la resiliencia respecto al cumplimiento de metas, la percepción de las oportunidades de negocio, la motivación hacia el logro y el sentido crítico de la responsabilidad (Fontaines-Ruiz, Palomo de Rivero, Velásquez, y Aguirre, 2016). | La actitud emprendedora se evaluará en base al Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO), a través de cuatro dimensiones: autoestima, asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno. | Autoestima | Inadecuada Moderada Adecuada | Ordinal |
| | | | Asunción de riesgo | | |
| | | | Necesidad de logro | | |
| | | | Control percibido interno | | |

Capítulo III. Metodología de la investigación

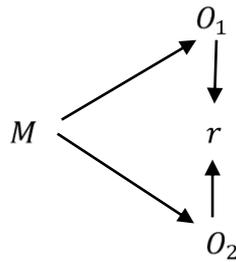
3.1 Tipo y nivel de investigación

El enfoque de la presente investigación fue cuantitativo. De acuerdo a Walliman (2011), este enfoque utiliza procedimientos sistemáticos para la comprensión del contexto en el que se desarrolla el estudio y, además, se basa en la recolección de información para, posteriormente, procesarla a través de un análisis matemático, para de esta manera, dar respuesta a las interrogantes generadas (p.50).

Además, el estudio correspondió a un nivel correlacional. Según, Edmonds y Kennedy (2017), los estudios de este nivel tienen el objetivo de determinar una relación entre las variables, estableciendo el comportamiento de una variable respecto a la otra. En este sentido, en el presente estudio se determinó la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora, estableciendo, a su vez, el comportamiento de la actitud emprendedora respecto al comportamiento de la autoeficacia (p.125). El siguiente diagrama representa el nivel correlacional.

3.2 Diseño de investigación

El estudio presentó un diseño no experimental. Según, Kerlinger, Fred, Lee y Howard (2002), la observación de las variables tal y como se muestran en la realidad es una de las características de este tipo de diseño, es decir, no hay manipulación de las variables (p.120). Además, Reiro (2016) añadió que el objetivo de este diseño es recolectar información tal y como se presenta en su contexto natural (p.8). De esta manera, no se realizó manipulación alguna sobre la variable autoeficacia para obtener resultados deseados sobre la variable actitud emprendedora, sino que ambas variables fueron medidas tal cual se presentan actualmente.



Donde:

M : Estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas

O_1 : Autoeficacia

O_2 : Actitud emprendedora

r : Relación

Adicionalmente, el estudio fue de corte transversal. Al respecto, Kumar (2011), señaló que las investigaciones de este tipo se llevan a cabo en un momento específico, recopilando la información en dicho momento (p.50). En este sentido, la presente investigación se llevó a cabo en el transcurso del presente año, esto es, la recopilación de la información de las variables autoeficacia y actitud emprendedora se realizó durante el año 2020.

3.3 Población y muestra

Según Urdan (2010), la población es un individuo o grupo de individuos, los cuales caracterizan a todos los elementos de una categoría de interés (p.1). De acuerdo a lo anterior la población estuvo formada por 48 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas, los cuales tiene una edad que fluctúa entre los 25 y 50 años, siendo en su mayoría varones (15 estudiantes o el 68%), además, la mayoría de ellos labora en bandas o enseñaban en colegios (60% aprox.) y sólo algunos de ellos tienen, además, un negocio como casa de vestuarios (33.33% aprox.). A continuación, la tabla 1 describió la población de acuerdo a los cursos de la especialidad.

Tabla 1.

Descripción de la población

| Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas | |
|--|----|
| II Danza | 15 |
| II Música | 8 |
| III Danza | 12 |
| III Música | 6 |
| IV Danza | 7 |
| Total | 48 |

Elaboración: Propia

Respecto a la muestra, según Carrasco (2018), estuvo constituida por un fragmento o la totalidad de la población, presentando la característica de ser representativa y, es a partir de la muestra que se obtendrán resultados de forma objetiva y acorde a los objetivos del estudio (p.237). En tanto que, el muestreo según Juárez (2014), es una técnica que tiene el objetivo de seleccionar a los elementos de interés, efectuándose de manera probabilística o no probabilística (p.140). En este sentido, se empleó un muestro probabilístico, específicamente, el aleatorio simple, a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

$$Z = 1.96$$

$$E = 0.05$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$N = 48$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25 * 48}{0.0025 * 47 + 0.9604}$$

$$n = \frac{46.0992}{1.08} = 43$$

De esta manera, la muestra estuvo conformada por 43 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas.

Tabla 2

Sexo de los encuestados

| Sexo | Frec. | % |
|-----------|-------|--------|
| Masculino | 29 | 67.0% |
| Femenino | 14 | 33.0% |
| Total | 43 | 100.0% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

De acuerdo a la tabla 5, el 67% de los encuestados son de sexo masculino, mientras que, el restante 33% pertenece al sexo femenino.

Tabla 3

Edad de los encuestados

| Rangos de edad | Frec. | % |
|----------------|-------|--------|
| 26 a 35 años | 7 | 16.0% |
| 36 a 45 años | 14 | 33.0% |
| 46 a más | 22 | 50.0% |
| Total | 43 | 100.0% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

De acuerdo a la tabla 6, el 50% de los encuestados se encontraba en el rango de edad de 46 a más años. Mientras que, el 33% pertenece al grupo de 36 a 45 años. Además, el 16% perteneció al rango de 26 a 35 años.

3.4 Técnicas e instrumentos

Cuestionario: Bernal (2016), define el cuestionario como una serie de interrogantes elaboradas de acuerdo a la variable sujeta a medición, promoviendo, de este modo, que el proceso de obtención de datos sea estandarizado (p.114).

En este sentido, para evaluar las variables autoeficacia y actitud emprendedora se utilizaron los cuestionarios estandarizados Escala de Autoeficacia General (EAG), adaptada por Escobar y Zambrano (2015) y el Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) adaptada por Krauss (2011), respectivamente.

3.4.1 Descripción del instrumento

La Escala de Autoeficacia General (EAG) de Baessler y Schwarzer, (1996) adaptada por Escobar y Zambrano (2015) constó de 10 ítems y buscó conocer la autoeficacia en estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María; a través de una escala puntuada del 1 al 5, donde: 1 = Nunca, 2 = Pocas veces, 3 = Algunas veces, 4 = Muchas veces y 5 = Siempre. A su vez, consta de dos dimensiones, siendo estas: expectativas de eficacia (5 reactivos) y expectativas de resultado (5 reactivos), los puntajes obtenidos partieron desde 10 a 50 puntos como máximo. Este instrumento se aplicó de manera individual o colectiva a 43 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas y, finalmente el tiempo empleado fue de 10 a 12 min.

Por otro lado, Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) de Robinson (1987) adaptada por Krauss (2011), constó de 30 ítems y busca conocer la actitud emprendedora en estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María; a través de una escala puntuada del 1 al 5, donde: 1 = Total desacuerdo, 2 = Bastante en desacuerdo, 3 = Particularmente en desacuerdo, 4 = Bastante de acuerdo y 5 = Totalmente de acuerdo. A su vez, consta de cuatro dimensiones, siendo estas: autoestima (9 reactivos), asunción de riesgo (6 reactivos), necesidad de logro (9 reactivos) y control percibido interno (6 reactivos), los puntajes obtenidos parten desde 30 a 150 puntos como máximo. Sin embargo, se debe considerar que los ítems correspondientes a la dimensión de autoestima (del 1 al 9) deben puntuarse al revés. Este instrumento se aplicó de manera individual o colectiva a 43 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas y, finalmente el tiempo de administración puede ir desde los 30 a 35 min.

3.4.2 Ficha técnica

Ficha técnica para la variable: Autoeficacia

Nombre del Instrumento: Escala de Autoeficacia General (EAG)

Tipo de instrumento: Cuestionario

Objetivo: Medir la autoeficacia en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas.

Población: Conformada por 48 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas.

Número de ítem: 10

Aplicación: Individual o colectiva

Tiempo de administración: 10 a 12 min.

Normas de aplicación: Antes de la aplicación del cuestionario se deben explicar los motivos del estudio. Además, se solicitará el consentimiento de los estudiantes antes de considerarlos como participantes del estudio, mencionándoles que su identidad se mantendrá en el anonimato.

Baremación:

Tabla 4

Baremación de la variable Autoeficacia

| | | Ineficiente | Regular | Eficiente |
|-------------|---------------------------|-------------|---------|-----------|
| Variable | Autoeficacia | 10-22 | 23-35 | 36-50 |
| Dimensiones | Expectativas de eficacia | 5-11 | 12-18 | 19-25 |
| | Expectativas de resultado | 5-11 | 12-18 | 19-25 |

Nota. Elaboración Propia

Ficha técnica para la variable: Actitud emprendedora

Nombre del Instrumento: Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO)

Tipo de instrumento: Cuestionario

Objetivo: Medir la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas.

Población: Conformada por 48 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas.

Número de ítem: 30

Aplicación: Individual o colectiva

Tiempo de administración: 30 a 35 min.

Normas de aplicación: Antes de la aplicación del cuestionario se deben explicar los motivos del estudio. Además, se solicitará el consentimiento de los estudiantes antes de considerarlos como participantes del estudio, mencionándoles que su identidad se mantendrá en el anonimato.

Baremación:

Tabla 5

Baremación de la variable Actitud emprendedora

| | | Inadecuada | Moderada | Adecuada |
|-------------|---------------------------|------------|----------|----------|
| Variable | Actitud emprendedora | 30-69 | 70-109 | 110-150 |
| | Autoestima | 9-20 | 21-32 | 33-45 |
| | Asunción de riesgo | 6-13 | 14-21 | 22-30 |
| Dimensiones | Necesidad de logro | 9-20 | 21-32 | 33-45 |
| | Control interno percibido | 6-13 | 14-21 | 22-30 |

Nota. Elaboración Propia

3.4.3 Validez y confiabilidad

En relación a la validez de la Escala de Autoeficacia General (EAG) elaborado por Baessler y Schwarzer, (1996) adaptado por Escobar y Zambrano (2015) por tener las características utilizaron la validez convergente, divergente y de criterio (realizada mediante el análisis factorial). De este modo, el análisis factorial, determinó que el factor denominado expectativas de eficacia explica el 30.9% de la varianza total, mientras que, el segundo factor, expectativas de resultado, explica el 11,2% de la varianza total. Siguiendo con el proceso, los autores realizaron el análisis estadístico de normalidad usando el estadístico Kolmogorov - Smirnov, resultando un valor de 0.07 y un nivel de significancia de 0.00, es decir, la escala no sigue una distribución normal, lo cual implica que se deben utilizar estadísticos no paramétricos para analizar las correlaciones.

Considerando lo anterior, Escobar y Zambrano (2015) realizaron el cálculo de la validez convergente empleando el método de Rho de Spearman, de tal manera que relacionaron los totales de la escala con los instrumentos

relacionados de manera teórica a ella como la escala de Autoestima de Rosemberg, la Escala de Apoyo Social y el Cuestionario de Eventos Vitales Estresantes para Adolescentes, resultando que, la escala de autoeficacia se relaciona de manera positiva y significativa, con las dos primeras, mientras que, con la última se relaciona de manera baja y no significativa, finalmente, con el grado de afectación global correlación negativa y significativa (p.27).

Respecto a la confiabilidad del instrumento Escobar y Zambrano (2015), realizaron un análisis de fiabilidad por consistencia interna, utilizando el Alfa de Cronbach y resultando 0.74, lo cual significa una alta consistencia interna entre los elementos de la escala, y no existe evidencia que al eliminar alguno de los ítems eleve la consistencia interna de la escala de forma significativa (p.28).

Por otro lado, respecto a la confiabilidad del Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO), de Robinson (1987) adaptada por Krauss (2011) estableció el análisis factorial para la validez, y el Alfa de Cronbach para los 4 factores de la variable actitud emprendedora, obteniendo los siguientes resultados (pp.33-34):

Tabla 6
Confiabilidad del Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO)

| Factores | Alfa de Cronbach |
|---------------------------|------------------|
| Autoestima | 0.7812 |
| Asunción de riesgo | 0.7718 |
| Necesidad de logro | 0.7060 |
| Control percibido interno | 0.7677 |

3.5 Del procesamiento de la información

Para procesar la información obtenida, en primer lugar, se generó una base de datos en el programa Excel con la información recopilada a través de la aplicación de los instrumentos.

En segundo lugar, se trasladó la base de datos al software estadístico SPSS para realizar la recodificación de las variables correspondiente.

En tercer lugar, se realizó un análisis descriptivo de las variables utilizando frecuencias absolutas y relativas, así como un análisis de tendencia central mediante el cálculo de la media, moda y mediana.

En cuarto lugar, se realizó el cálculo de los puntajes obtenidos por cada uno de los encuestados, para luego obtener el puntaje individual por dimensión y variable.

En quinto lugar, se llevó a cabo una prueba de normalidad mediante el estadístico de Kolmogorov-Smirnov al presentar una muestra >30 , para establecer el test de contraste de hipótesis pertinente.

Finalmente, se aplicaron las pruebas de hipótesis correspondientes, contrastando cada una de las hipótesis planteadas mediante el estadístico de Tau b de Kendall.

Capítulo IV. Análisis de los resultados de la investigación

4.1 Resultados descriptivos

Tabla 7

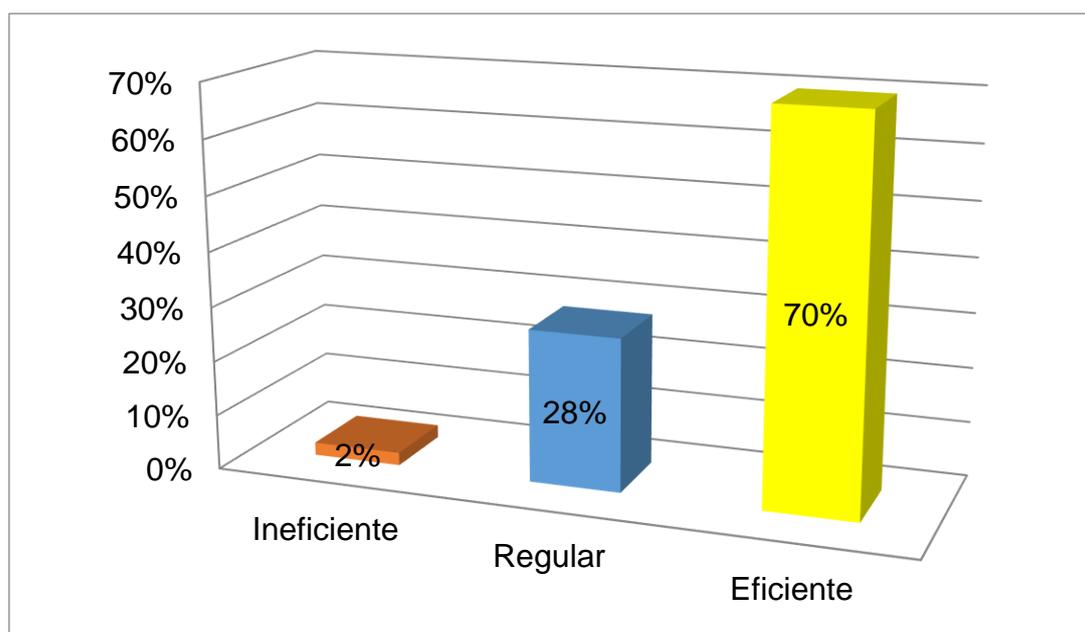
Nivel de expectativas de eficacia

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Ineficiente | 5 | 11 | 1 | 2.0% |
| Regular | 12 | 18 | 12 | 28.0% |
| Eficiente | 19 | 25 | 30 | 70.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

Figura 10

Nivel de expectativas de eficacia



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Interpretación

En la tabla 7 y figura 10, se muestran los resultados con respecto al nivel de expectativas de eficacia, donde el 70% de los estudiantes resultó tener un nivel eficiente debido, principalmente, a que cuando se enfrenta a dificultades, siempre puede mantenerse tranquilo(a), porque confía en sus habilidades para

manejarlas. Además, el 28% obtuvo un nivel regular debido, fundamentalmente, a que algunas veces, cuando se enfrenta a un problema puede encontrar varias soluciones inmediatas. Finalmente, el 2% resultó con un nivel ineficiente debido, principalmente, a que pocas veces gracias a sus capacidades y recursos, sabe cómo manejar situaciones inesperadas.

Tabla 8

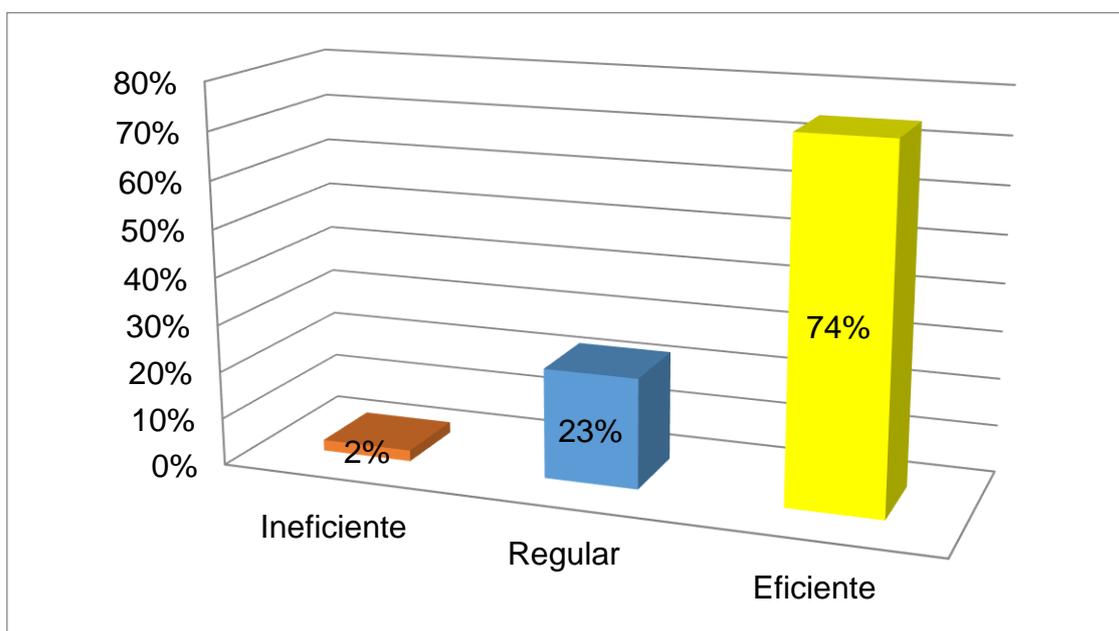
Nivel de expectativas de resultado

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Ineficiente | 5 | 11 | 1 | 2.0% |
| Regular | 12 | 18 | 10 | 23.0% |
| Eficiente | 19 | 25 | 32 | 74.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

Figura 11

Nivel de expectativas de resultado



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

Interpretación

En la tabla 8 y figura 11, se muestran los resultados con respecto al nivel de expectativas de resultado, donde el 74% de los estudiantes resultó tener un nivel eficiente debido, principalmente, a que siempre le resulta fácil concentrarse

en lo que quiere y lograr los objetivos. Además, el 23% obtuvo un nivel regular debido, fundamentalmente, a que algunas veces, puede resolver problemas difíciles si hace el esfuerzo necesario. Finalmente, el 2% obtuvo un nivel ineficiente debido, principalmente, a que pocas veces, si se esfuerza lo suficiente, puede resolver la mayoría de las dificultades que se le presenten y aunque se encuentre obstáculos, puede encontrar los medios y la forma de obtener lo que quiere.

Tabla 9

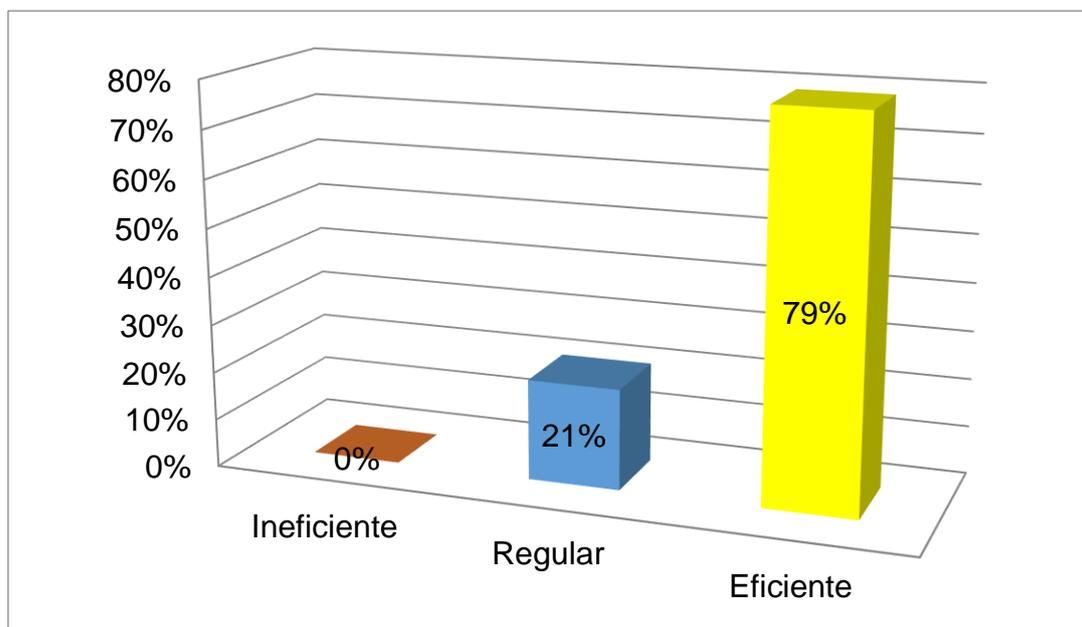
Nivel de autoeficacia

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|--------|
| | Desde | Hasta | | |
| Ineficiente | 10 | 22 | 0 | 0.0% |
| Regular | 23 | 35 | 9 | 21.0% |
| Eficiente | 36 | 50 | 34 | 79.0% |
| Total | | | 43 | 100.0% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Figura 12

Nivel de autoeficacia



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Interpretación

En la tabla 9 y figura 12, se muestran los resultados con respecto al nivel de autoeficacia, donde el 79% de los estudiantes resultó tener un nivel eficiente debido, principalmente, a que el 74% obtuvo un nivel eficiente en la dimensión expectativas de resultado. Además, el 21% presentó un nivel regular debido, fundamentalmente, a que el 28% obtuvo un nivel regular en la dimensión expectativas de eficacia.

Tabla 10

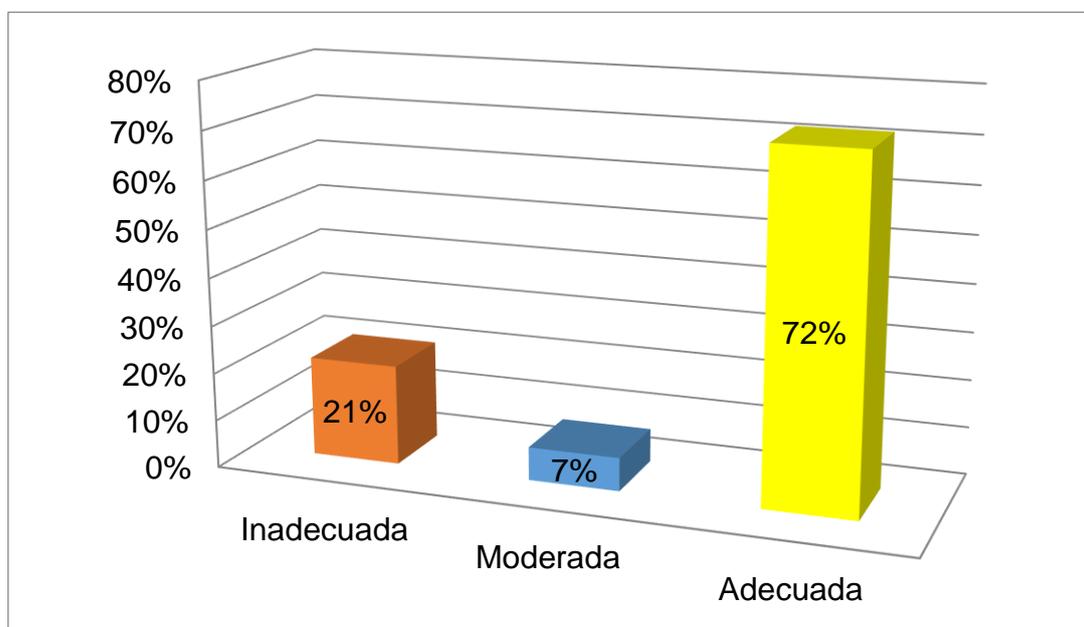
Nivel de autoestima

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Inadecuada | 9 | 20 | 9 | 21.0% |
| Moderada | 21 | 32 | 3 | 7.0% |
| Adecuada | 33 | 45 | 31 | 72.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Figura 13

Nivel de autoestima



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Interpretación

En la tabla 10 y figura 13, se muestran los resultados con respecto al nivel de autoestima, donde el 72% de los estudiantes resultó tener un nivel adecuado debido, principalmente, a que está en total desacuerdo en: que las horas regulares de labor y las vacaciones son más importantes para que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto de trabajo y que evita asumir riesgos. Además, el 21% obtuvo un nivel inadecuado debido, fundamentalmente, a que señalaron estar totalmente de acuerdo en sentirse inferior a la mayoría de las personas que conoce. Finalmente, el 7% obtuvo un nivel moderado debido, principalmente a que está parcialmente en desacuerdo en creer que la gente con éxito se manejará mejor en cualquier lugar.

Tabla 11

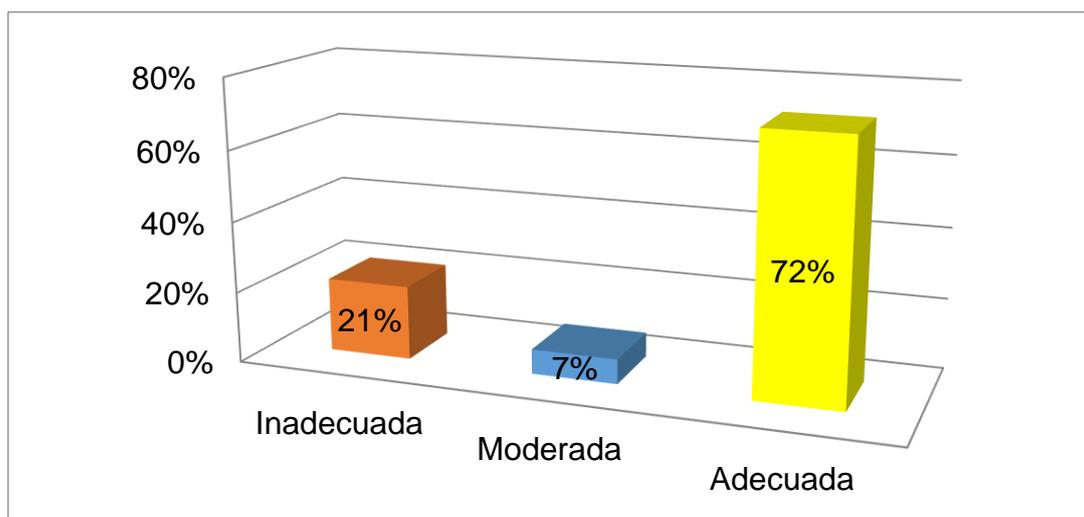
Nivel de asunción de riesgo

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Inadecuada | 6 | 13 | 9 | 21.0% |
| Moderada | 14 | 21 | 3 | 7.0% |
| Adecuada | 22 | 30 | 31 | 71.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Figura 14

Nivel de asunción de riesgo



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Interpretación

En la tabla 11 y figura 14, se muestran los resultados con respecto al nivel de asunción de riesgo, donde el 72% de los estudiantes resultó tener un nivel adecuado debido, principalmente, a que está totalmente de acuerdo en gustarle la agitación y la emoción que implica tomar riesgos. Además, el 21% obtuvo un nivel inadecuado debido, fundamentalmente, a que señalaron estar en total desacuerdo en: no molestarle la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido y en buscar compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas. Finalmente, el 7% obtuvo un nivel moderado debido, principalmente, a que señalaron estar parcialmente en desacuerdo en vivir cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre.

Tabla 12

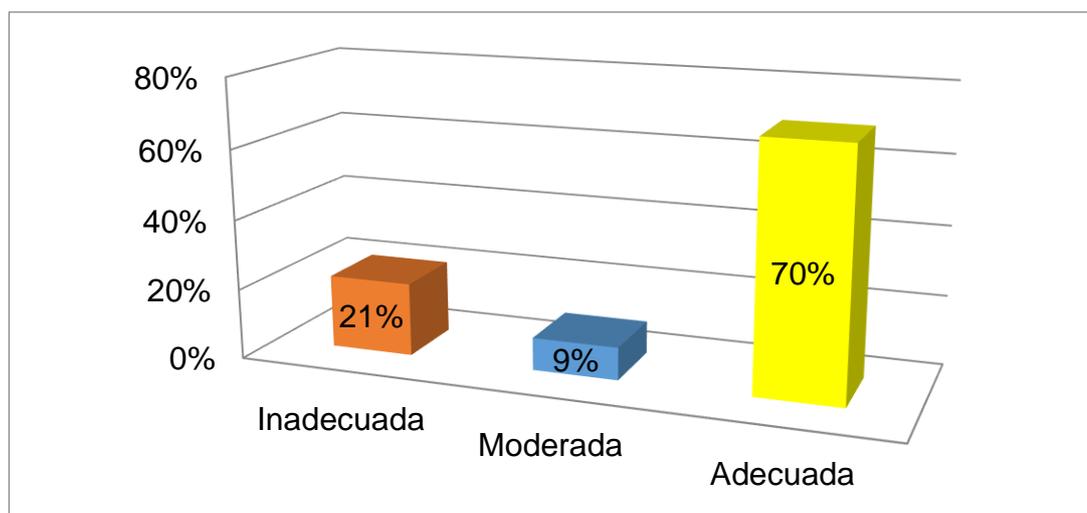
Nivel de necesidad de logro

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Inadecuada | 9 | 20 | 9 | 21.0% |
| Moderada | 21 | 32 | 4 | 9.0% |
| Adecuada | 33 | 45 | 30 | 70.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Figura 15

Nivel de necesidad de logro



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Interpretación

En la tabla 12 y figura 15, se muestran los resultados con respecto al nivel de necesidad de logro, donde el 70% de los estudiantes resultó tener un nivel adecuado debido, principalmente, a que está totalmente de acuerdo en: desarrollar las tareas de una forma original, pensar en nuevas ideas que estimulen un emprendimiento y en sentirse bien cuando ha trabajado duro para mejorar su condición laboral. Además, el 21% obtuvo un nivel inadecuado debido, fundamentalmente, a que señalaron estar en total desacuerdo en: creer que para tener éxito en un negocio debes dedicar el tiempo necesario y así lograr un desarrollo óptimo en las nuevas oportunidades que se le presenten, lograr desarrollar las tareas de una forma original, apostar por las buenas ideas, aunque estas no sean del todo seguras, que le motiva pensar en nuevas ideas que estimulen un emprendimiento, creer que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva teniendo a un personal calificado y competente y sentirse bien cuando ha trabajado duro para mejorar su condición laboral. Finalmente, el 9% obtuvo un nivel moderado ya que, principalmente, está parcialmente en desacuerdo en: lograr desarrollar las tareas de una forma original, en que le motiva pensar en nuevas ideas que estimulen un emprendimiento y sentirse bien cuando ha trabajado duro para mejorar su condición laboral.

Tabla 13

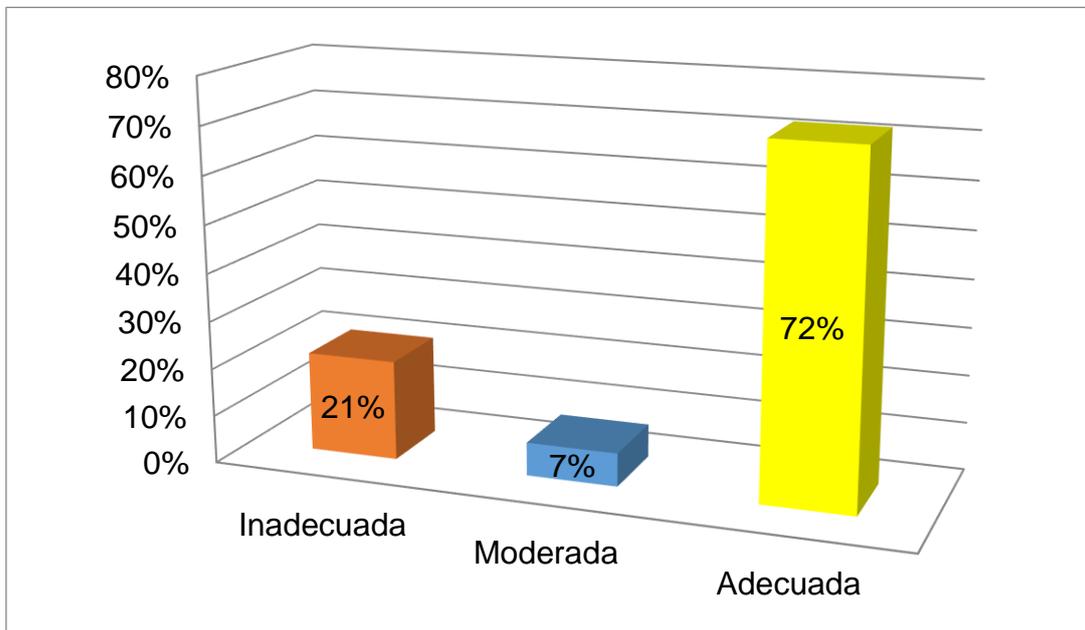
Nivel de control percibido interno

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Inadecuada | 6 | 13 | 9 | 21.0% |
| Moderada | 14 | 21 | 3 | 7.0% |
| Adecuada | 22 | 30 | 31 | 72.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Figura 16

Nivel de control percibido interno



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Interpretación

En la tabla 13 y figura 16, se muestra los resultados con respecto al nivel de control percibido interno, donde el 72% de los estudiantes resultó tener un nivel adecuado debido, principalmente, a que está totalmente de acuerdo en: dedicar el tiempo requerido y necesario para hacer que las cosas con las que está comprometido funcionen mejor y creer que lo más importante a la hora de seleccionar compañeros de trabajos es que sean competentes. Además, el 21% obtuvo un nivel inadecuado debido, fundamentalmente, a que señalaron estar en total desacuerdo en: trabajar duro para estar entre los mejores, dedicar el tiempo requerido y necesario para hacer que las cosas con las que está comprometido funcionen mejor, realizar muy bien su parte de trabajo en cualquier proyecto en el que está implicado y creer que lo más importante a la hora de seleccionar compañeros de trabajos es que sean competentes. Finalmente, el 7% obtuvo un nivel moderado debido, fundamentalmente, a estar parcialmente en desacuerdo en: dedicar el tiempo requerido y necesario para hacer que las cosas con las que está comprometido funcionen mejor y creer que lo más importante a la hora de seleccionar compañeros de trabajos es que sean competentes.

Tabla 14

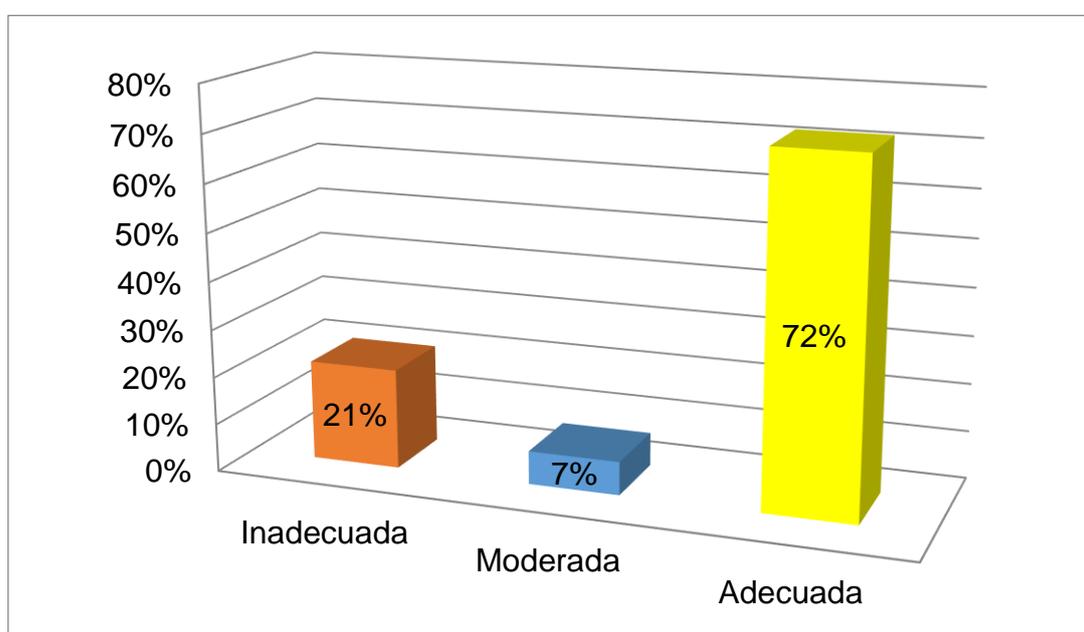
Nivel de actitud emprendedora

| Calificación | Rango | | Frec. | % |
|--------------|-------|-------|-------|-------|
| | Desde | Hasta | | |
| Inadecuada | 30 | 69 | 9 | 21.0% |
| Moderada | 70 | 109 | 13 | 7.0% |
| Adecuada | 110 | 150 | 31 | 72.0% |
| Total | | | 43 | 100% |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

Figura 17

Nivel de actitud emprendedora



Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020

En la tabla 14 y figura 17, se muestra los resultados con respecto al nivel de actitud emprendedora, donde el 72% de los estudiantes resultó tener un nivel adecuado debido, principalmente, a que el 72% obtuvo un nivel adecuado en las dimensiones: autoestima, asunción de riesgo y control percibido interno, respectivamente. Además, el 21% obtuvo un nivel inadecuado debido, fundamentalmente, a que el 21% presentó un nivel inadecuado en las dimensiones: autoestima, asunción de riesgo, necesidad de logro y control percibido interno, respectivamente.

4.2 Resultados inferenciales

Por otro lado, para realizar el contraste de hipótesis, en primer lugar, se realiza una prueba de normalidad a las variables y dimensiones a correlacionar. En este sentido, se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, ya que la muestra es superior a 30.

Tabla 15

Prueba de normalidad de datos

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|---------------------------|---------------------------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Autoeficacia | .164 | 43 | .000 |
| Actitud emprendedora | .252 | 43 | .000 |
| Autoestima | .236 | 43 | .000 |
| Asunción de riesgo | .253 | 43 | .000 |
| Necesidad de logro | .238 | 43 | .000 |
| Control percibido interno | .266 | 43 | .000 |

Nota. Corrección de significación de Lilliefors

La tabla 15 muestra que el nivel de significancia fue inferior a 0.05 en todos los elementos a correlacionar, lo cual implica que los datos no guardan una distribución normal. En consecuencia, se empleará el estadístico Tau-b de Kendall para realizar el contraste de hipótesis.

Tabla 16

Relación entre autoeficacia y autoestima

| | | Autoeficacia | Autoestima |
|------------------|--------------|----------------------------|------------|
| Tau b de Kendall | Autoeficacia | | |
| | | Coeficiente de correlación | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .804** |
| | | N | .000 |
| | | N | 43 |
| Autoestima | | | |
| | | Coeficiente de correlación | .804** |
| | | Sig. (bilateral) | 1.000 |
| | | N | .000 |
| | | N | 43 |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

(**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 16, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y autoestima resultó 0.804, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Es decir, una mejora en el nivel de autoeficacia en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas está acompañada de una mejora en el nivel de autoestima o viceversa.

Tabla 17

Relación entre autoeficacia y asunción de riesgo

| | | Autoeficacia | Asunción de riesgo |
|--------------------|--------------|----------------------------|--------------------|
| Tau b de Kendall | Autoeficacia | | |
| | | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .571** |
| | | N | ,000 |
| | | N | 43 |
| Asunción de riesgo | | | |
| | | Coeficiente de correlación | .571** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| | | N | ,000 |
| | | N | 43 |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

(**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 17, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y asunción de riesgo resultó 0.571, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Es decir, una mejora en el nivel de autoeficacia en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas está acompañada de una mejora en el nivel de asunción de riesgo o viceversa.

Tabla 18

Relación entre autoeficacia y necesidad de logro

| | | Autoeficacia | Necesidad de logro |
|------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|
| Tau b de Kendall | Autoeficacia | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | .000 |
| | | N | 43 |
| | Necesidad de logro | Coefficiente de correlación | .736** |
| | | Sig. (bilateral) | .000 |
| | | N | 43 |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

(**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 18, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y necesidad de logro resultó 0.736, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Es decir, una mejora en el nivel de autoeficacia en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas está acompañada de una mejora en el nivel de necesidad de logro o viceversa.

Tabla 19

Relación entre autoeficacia y control percibido interno

| | | Autoeficacia | Control percibido interno |
|------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Tau b de Kendall | Autoeficacia | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | 43 |
| | Control percibido interno | Coefficiente de correlación | .583** |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | 43 |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

(**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 19, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y control percibido interno resultó 0.583, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Es decir, una mejora en el nivel de autoeficacia en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas está acompañada de una mejora en el nivel de control percibido interno o viceversa.

Tabla 20

Relación entre autoeficacia y actitud emprendedora

| | | Autoeficacia | Actitud emprendedora |
|----------------------|----------------------------|--------------|----------------------|
| Tau b de Kendall | Autoeficacia | | |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | .735** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 43 | 43 |
| Actitud emprendedora | Actitud emprendedora | | |
| | Coeficiente de correlación | .735** | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 43 | 43 |

Nota. Cuestionario aplicado a estudiantes de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, 2020.

(**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 20, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y actitud emprendedora resultó 0.735, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Es decir, una mejora en el nivel de autoeficacia en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas está acompañada de una mejora en el nivel de actitud emprendedora o viceversa.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación se desarrolló para poder obtener evidencia científica acerca de la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora aún bajo contexto de incertidumbre global debido a la pandemia generado por COVID-19, además de conocerse los actuales niveles de autoeficacia y actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas. Por lo cual, se estableció como objetivo general determinar la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

Posteriormente, luego de aplicar los instrumentos, se obtuvieron cinco resultados. En primer lugar, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y autoestima resultó 0.804, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa, pues los diferentes estudiantes de segunda especialidad han mostrado tener la capacidad para manejar diferentes escenarios estresantes más aun por la actual crisis sanitaria por la cual atraviesa el país, buscando reinventarse, tal como lo mencionaba Sanjuán, et all (2000), indicando que la autoeficacia se ve reflejado en la capacidad en el manejo adecuado de diversos estresores de la vida cotidiana; y sobre todo de no perder la confianza de encontrar o establecer un negocio o trabajo que les permita salir adelante (p.510), como lo expone Ibañez (2002), que la autoestima percibida en los negocios, es la autoconfianza y las competencias empresariales percibidas del individuo junto con sus asuntos comerciales, y la generación de seguridad en las labores que actualmente realizan.

En segundo lugar, se halló que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y asunción de riesgo resultó 0.571, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa, sobre todo teniendo en cuenta que entre los estudiantes siempre está la intención de querer seguir laborando, teniendo en cuenta que los

estudiantes ya cuentan con una carrera concluida, pueden desempeñarse en labores acorde a lo que estudiaron o similares, básicamente como lo establece Kalitanyi y Bbenkele (2019), indicando que los estudiantes perciben la autoeficacia como una hélice de intenciones de carácter empresarial, siendo este determinante para poder salir adelante y tener éxito empresarial y de los comportamientos orientados a la carrera incidiendo en la actitud frente a los riesgos y dificultades, así como la capacidad de anticipar diferentes resultados de las empresas, como variables en el fomento de las intenciones empresariales. Siendo estas recompensadas con un negocio fructífero y rentable o también que no logren laborar en lo que ellos se especializaron, pero siempre asumiendo que ambas situaciones puedan suceder, tal como lo expone Ibañez (2002), que la asunción de riesgo se basa tanto en la posibilidad de tener éxito o fracaso, lo cual también puede verse manifestado en el nivel de recompensa que la situación ofrezca (p.55).

En tercer lugar, se encontró que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y necesidad de logro resultó 0.736, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Pues los estudiantes de segunda especialidad todo el tiempo buscan siempre estar motivados a fin de conseguir y lograr todas aquellas metas y objetivos laborales, los cuales se manifiestan en su nivel de reinversión, más aún en el actual contexto de pandemia, estos estudiantes han buscado siempre la forma de continuar laborando, empleando diversas alternativas que les permitan seguir dedicándose a la danza por dar un ejemplo. Siendo similar a los resultados hallados por Burgos (2020), encontró que la motivación al logro y las actitudes emprendedoras, ya que, la motivación al logro es parte de la necesidad de logro, el cual resalta el rol de la competitividad en la generación del impulso enfocado hacia el logro de metas.

En cuarto lugar, se halló que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y control percibido interno resultó 0.583, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Pues se tuvo que mucho de los docentes perciben que hay un sacrificio de por medio para poder seguir trabajando, que si bien, muchos de ellos han perdido momentáneamente sus trabajos por tema de pandemia, pero

siempre buscan la medida para poder seguir adelante. Siendo esto similar a los resultados de Jiun et al. (2016), quienes evaluaron la autoeficacia y la intención empresarial a estudiantes de una universidad agrícola en Taiwán, encontraron la autoeficacia tiene un efecto importante sobre la preparación y la convicción, respectivamente, ya que la preparación y la convicción se encuentran dentro del control percibido interno, específicamente, en el esfuerzo plasmado en la dedicación de un mayor tiempo a la realización de sus labores.

En quinto lugar, se encontró que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y actitud emprendedora resultó 0.735, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Debido a que la capacidad que han demostrado a los estudiantes de segunda especialidad en mantenerse laboralmente muestran un alto nivel de autoeficacia, más aun que la mayoría trabaja ejerciendo su carrera ya sea en la estatal o privada, siendo que los que han estado trabajando en una institución educativa pública han continuado generando ingresos, mientras que los de privada han tenido que buscar la forma de continuar percibiendo ingresos, buscando otras alternativas, como son los festivales, o se desempeñan como músicos, o dedicados a la actividad de venta de vestuario, demostrando que muestran tener una buena actitud emprendedora, ya que a pesar de la situación siempre siguen buscando como seguir adelante. Siendo ello similar a los hallazgos de Sakinah et al. (2019), quienes determinaron que, la autoeficacia tuvo repercute sobre la intención emprendedora en los estudiantes, con un nivel de significancia de 0.046, también, Farrukh et al. (2017), hallaron que la autoeficacia de los estudiantes se manifiesta en la intención emprendedora así como, Doanha y Bernat (2019), que encontraron un vínculo entre la autoeficacia empresarial y la intención emprendedora, por lo que la confianza de los estudiantes en su propia capacidad ha permitido que puedan emprender o continuar laborando.

CONCLUSIONES

1. Se logró hallar que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y actitud emprendedora es 0.735, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Dado lo anterior, se acepta la hipótesis general que indica que, la autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.
2. Se pudo encontrar que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y autoestima es 0.804, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Dado lo anterior, se acepta la hipótesis específica que señala que, la autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.
3. Se pudo hallar que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y asunción de riesgo es 0.571, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que señala que, la autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la asunción de riesgo en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.
4. Se pudo encontrar que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y necesidad de logro es 0.736, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis

específica que indica que, la autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

5. Se puede hallar que, el estadístico Tau b de Kendall entre autoeficacia y control percibido interno es 0.583, con un nivel de significancia bilateral de 0.00, lo cual significa que, la correlación es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que señala que, la autoeficacia se relaciona directa y positivamente con el control percibido interno en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a las autoridades de la Escuela Nacional Superior De Folklore José María Arguedas, implementar cursos orientados a concretar y a apoyar los proyectos de emprendimientos de los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura, ya que existe un alto nivel de actitud emprendedora entre los estudiantes.
2. Se recomienda a los Docentes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, brinden la capacitación y orientación necesarias a los estudiantes, para la elaboración e implementación de los proyectos de emprendimiento de los estudiantes, ya que, éstos presentan altos niveles de actitud emprendedora.
3. Se sugiere a los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas, orientar sus acciones al refuerzo de sus capacidades de autoeficacia, enfocándose, en específico en sus capacidades y recursos para el manejo de situaciones inesperadas y en el esfuerzo orientado a resolver las dificultades que se presenten y a la búsqueda de los medios y la forma de lograr las metas a pesar de los obstáculos.
4. Se recomienda a la comunidad científica extender la presente investigación a otros niveles de estudio, como por ejemplo, a un nivel explicativo, para predecir el efecto causal de la autoeficacia sobre la actitud emprendedora, además, también se sugiere el uso de la Escala de Autoeficacia General (EAG) adaptada por Escobar y Zambrano (2015) y el Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) adaptada por Krauss (2011), como instrumentos confiables para la recolección de las variables de estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agolla, J., Monametsi, G., y Phera, P. (2019). Antecedents of entrepreneurial intentions amongst business students in a tertiary institution. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 138-152. doi:<https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2018-0037>
- Aguirre, J., Blanco, J., Rodríguez, J., y Ornelas, M. (2015). Autoeficacia General Percibida en Universitarios Mexicanos, Diferencias entre Hombres y Mujeres. *Formación Universitaria*, 8(5), 97-102. Recuperado el 19 de Mayo de 2020, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/formuniv/v8n5/art11.pdf>
- Aloulou, W. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of freshmen students from EAO modeling and personal background: A Saudi perspective. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 180-203. doi:<https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2015-0050>
- Asimakopoulou, G., Hernández, V., y Peña, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Sustainability*, 11(6), 1-17. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/16/4314/htm>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: Editorial Pearson.
- Bosma, N., y Kelley, D. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50213>
- Bueno, A., Lima, S., Peña, E., Cedillo, C., y Aguilar, M. (2018). Adaptación al Español de la Escala de Autoeficacia General para su Uso en el Contexto Ecuatoriano. *Revista Iberoamericana de Diagnostico y Evaluacion Psicologica*, 3(48), 5-17. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de

https://www.researchgate.net/publication/325662580_Adaptacion_al_Espanol_de_la_Escala_de_Autoeficacia_General_para_su_Uso_en_el_Contexto_Ecuatoriano

Burgos, S. (2020). *Motivación de logro y actitudes emprendedoras en los estudiantes de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de una Universidad Privada de Lima, 2019*. Tesis de maestría, Universidad Peruana Unión, Escuela de posgrado, Lima. Recuperado el 25 de Junio de 2020, de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2984/Santos_Tesis_Maestro_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carrasco, S. (2018). *Metodología de la Investigación científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.

Chambi, J., y Arohuanca, P. (2019). Estudio comparativo de intenciones emprendedoras en estudiantes de administración en la ciudad de Puno. *Global Business Administration Journal*, 3(1), 11-17. doi:<https://doi.org/10.31381/gbaj.v3i1.2288>

Díaz, C., Ossa, C., Palma, M., San Martín, N., y Aranedá, J. (2019). El concepto de pensamiento crítico según estudiantes chilenos de pedagogía. *Sophia*, 267-288. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/334437163_El_concepto_de_pensamiento_critico_segun_estudiantes_chilenos_de_pedagogia

Doanha, D., y Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science* 159, 159, 2447–2460. doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.420>

Edmonds, A., y Kennedy, T. (2017). *An applied guide to research designs: quantitative, qualitative, and mixed methods*. California: SAGE. Obtenido de http://www.healthindisasters.com/images/Books/An_Applied_Guide_to_Research.pdf

Escobar, Y., y Zambrano, D. (2015). *Propiedades psicométricas de la escala de autoeficacia general (Baessler y Schwarzer) en una muestra de San Juan*

de Pasto. Tesis de pregrado, Universidad de Nariño, Facultad de Ciencias Humanas, San Juan de Pasto. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de <http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/90702.pdf>

Farrukh, M., Khan, A., Khan, M., Ramzani, S., y Akeem, B. (2017). "Entrepreneurial intentions: the role of familial factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303-317. doi:<https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>

Fontaines-Ruiz, T., Palomo de Rivero, M., Velásquez, M., y Aguirre, M. (2016). Actitud emprendedora: ¿qué es? ¿de qué se compone? *Ágora de heterodoxias*, 2(3), 19-36. Recuperado el 19 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/322076646_Actitud_emprendedora_que_es_De_que_se_compone

Frisancho, K. (2019). Actitudes emprendedoras y su relación con preferencias vocacionales en estudiantes de 5° de secundaria de la I. E. Micaela Bastidas – Arequipa 2017. *Revista de investigaciones de la escuela de posgrado*, 8(3), 1195-1206. doi:<https://doi.org/10.26788/riepg.2019.3.1387>

Gough, V. (2018). Relationships Between Entrepreneurial Attitudes and Intentions in an Experiential Education. *The Journal of Business Inquiry*(2), 100-119. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <http://journals.uvu.edu/index.php/jbi/article/view/293/266>

Ibañez, A. (2002). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios. Medición y Propuestas de Actuación*. Bilbao: Ediciones MENSAJERO. Recuperado el 19 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/327727857_ACTITUDES_EMPRENDEDORAS_DE_LOS_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS_Medicion_y_Propuestas_de_Actuacion_ACTITUDES_EMPRENDEDORAS_ICE_281212_0848_Pagina_3

Iroegbu, M. (2015). Self Efficacy and Work Performance: A Theoretical Framework of Albert Bandura's Model, Review of Findings, Implications

- and Directions for Future Research. *Psychology and Behavioral Sciences*, 170-173. doi:<https://doi.org/10.11648/j.pbs.20150404.15>
- Jena, R. (2020). Measuring the Impact of Business Management Student's Attitude towards Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: A Case Study. *Computers in Human Behavior* (2020). doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Jiun, W., Chi, C., Shu, Y., y Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *High Educ*, 72, 209–224. doi:<https://doi.org/10.1007/s10734-015-9946-y>
- Juárez, J. (2014). *Diseños de investigación en ciencias sociales*. (1 era ed.). Biblioteca Nacional del Perú.
- Kalitanyi, V., y Bbenkele, E. (2019). Measuring University Students' Perceptions About the Role of Self-efficacy on Entrepreneurial Intentions in Cape Town. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 1-19. doi:<https://doi.org/10.1177/2393957519863900>
- Karabulut, A. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-22. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kasari, L., Surya, N., Miqdad, M., y Rukmayuninda, K. (2020). Religion, Attitude, and Entrepreneurial Intention in Indonesia. *The South East Asian Journal of Management*, 14(1), 44-62. doi:<https://doi.org/10.21002/seam.v14i1.10898>
- Kerlinger Fred y Lee Howard. (2002). *Investigacion del Comportamiento Metodos de Investigacion Ciencias Sociales*. Mexico: McGRAW-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Krauss, C. A. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimens. empres*, 9(1), 28-40. Recuperado el 14 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/277259963_Actitudes_emprendedoras_de_los_estudiantes_universitarios_El_caso_de_la_Universidad_Catolica_del_Uruguay

- Kumar, R. (2011). *Research Methodology a Step- by guide for beginners 3* (3rd Edition ed.). Mixed Sources.
- Leiva, J., Ferreto, E., y Lafuente, E. (2018). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *Tec Empresarial*, 12(3), 43-53. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/329452870_Capital_humano_y_factores_sociologicos_como_determinantes_del_emprendimiento/citation/download
- Liu, X., Lin, C., Zhao, Guanxi, y Zhao, D. (2019). Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students' Entrepreneurial Intention. *Front. Psychol*, 10, 1-9. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Liza Rios de Morante, I. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de psicología, Lima. Recuperado el 25 de Junio de 2020, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625076/Liza_RI.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Lizarraga, F. (2019). Igualitarismo y meritocracia: de Rawls a Scanlon. *Páginas de Filosofía*, 20(23), 7-32. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/filosofia/article/view/2461>
- Lomelí, A., López, M. G., y Valenzuela, J. (2016). Autoestima, motivación e inteligencia emocional: Tres factores influyentes en el diseño exitoso de un proyecto de vida de jóvenes estudiantes de educación media. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal)*, 20(2), 1-22. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/ree/v20n2/1409-4258-ree-20-02-00056.pdf>
- Madero, S., y Barboza, G. (2015). Interrelación de la cultura, flexibilidad laboral, alineación estratégica, innovación y rendimiento empresarial. *Contaduría*

y *Administración*, 60(4), 735-756. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000212>

Martínez, I., Padilla, M., y Suárez, M. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), 129-146. Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de <https://revistas.um.es/rie/article/view/320911/254351>

Martínez, J., Kobylinska, U., García, F., y Nazarko, L. (2019). Antecedents of Entrepreneurial Intention among Young People: Model and Regional Evidence [Antecedentes de la intención empresarial entre los jóvenes: modelo y evidencia regional]. *Sustainability*, 11(24), 1-29. doi:<https://doi.org/10.3390/su11246993>

Mejía, C., Blancas, E., y Galindo, A. (2019). Riesgo laboral contemporáneo en informantes mexicanos(as). Estimaciones desde el Latinobarómetro 2017. *Ciencias Sociales. Revista Multidisciplinaria*, 1(1), 4-37. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <https://www.aacademica.org/carlos.mejia.reyes/35.pdf>

Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., y Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403-419. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>

Nicolás, C., y Rubio, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/342605826_Emprendimiento_en_epocas_de_crisis_Un_analisis_exploratorio_de_los_efectos_de_la_COVID-19

Observatorio del Emprendimiento de España. (2020). *Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19. Análisis y recomendaciones*. Santander. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/05/InformeGEM-COVID-19-2020.pdf>

- Ostaiza, J. (Enero de 2020). Cultura empresarial, actitud emprendedora, emprendimiento, espíritu emprendedor. Recuperado el 19 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/338883992_CULTURA_EMPRESARIAL_ACTITUD_EMPRENDEDORA_EMPRENDIMIENTO_ESPIRITU_EMPRENDEDOR
- Otero, M., Centocchi, C., y Giraldo, W. (2018). Comunicación de un destino experiencial a través de las páginas web. Análisis de Villavicencio – Colombia. *Signo y Pensamiento*, 37(73). Recuperado el 21 de Mayo de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/332689427_Comunicacion_de_un_destino_experiencial_a_traves_de_las_paginas_web_Analisis_de_Villavicencio_-_Colombia
- Pérez, H. (2019). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas en psicología*(41), 22-33. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <http://www.alternativas.me/attachments/article/190/2.%20Autoestima,%20teor%C3%ADas%20y%20su%20relaci%C3%B3n%20con%20el%20%C3%A9xito%20personal.pdf>
- Primo, W. d., y Turizo, H. (2016). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), 13-52. Recuperado el 18 de Mayo de 2020, de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/7625/5872
- Rachmawan, A., Lizar, A., y Mangundjaya, W. (2015). The role of parent's influence and self-efficacy on entrepreneurial intention. *The Journal of Developing Areas*, 49(3), 417-430. doi:<https://doi.org/10.1353/jda.2015.0157>
- Reiro, T. (2016). Nonexperimental research: strengths, weaknesses and issues of precision. *European Journal of Training and Development*, 40(8/9), 676-690. Obtenido de

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJTD-07-2015-0058/full/html>

- Rioseco, M. (2015). Un marco conceptual para la definición de expectativas de resultado y eficacia en el ámbito de la integración de las TIC en educación. *Convergencia educativa*, 67-84. Recuperado el 24 de Junio de 2020, de <https://revistaschilenas.uchile.cl/handle/2250/98718>
- Sakinah, L., Kartiko, S., y Nas, S. (2019). The Effect Analysis of Self Attitude and Efficacy on Entrepreneurship Intention of Economics Education Students, Universitas Riau. *Journal of Educational Sciences*, 3(3), 318–327. doi:<https://doi.org/10.31258/jes.3.3.p.318-327>
- Sanjuán, P., Pérez, A., y Bermúdez, J. (2000). Escala de autoeficacia general: datos psicométricos de la adaptación para población española. *Psicothema*, 12(2), 509-513. Recuperado el 19 de Mayo de 2020, de <http://www.psicothema.com/pdf/615.pdf>
- Schunk, D., y DiBenedetto, M. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832>
- Serna, G., y Zenozaín, C. (2017). La resiliencia: un factor decisivo para el crecimiento y mejora de las organizaciones. *Gestión en el Tercer Milenio*, 20(39), 13-24. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/14139#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20el%20presente,no%20solo%20a%20su%20supervivencia>.
- Terán, E., y Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7). Recuperado el 19 de Mayo de 2020
- Urdan, T. (2010). *Statistic in Plain English* (3rd Edition ed.). Santa Clara University.
- Utami, C. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies*

Journal, 20(2A), 475-495. Recuperado el 25 de Junio de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/317214147_Attitude_Subjective_Norms_Perceived_behavior_Entrepreneurship_education_and_Self-efficacy_toward_entrepreneurial_intention_University_student_in_Indonesia

Walliman, N. (2011). *Research Methods. The Basic* . Routledge.

Wijaya, T., Sukidjo, y Sunarta. (2019). Data survey on the antecedent of the entrepreneurial intention in Indonesia. *Data in brief*, 25, 1-4. doi:<https://doi.org/10.1016/j.dib.2019.104317>

Yupanqui, D. (2017). Actitud hacia el consumo de alcohol en estudiantes de psicología de una universidad privada de Lima Metropolitana. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, 6(2), 79-89. Obtenido de <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/507/452>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Autoeficacia y actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Indicadores | Técnicas de recolección |
|---|--|--|---|---------------------------|---|-------------------------|
| <p>Pregunta general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?</p> <p>Preguntas específicas</p> | <p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación entre la autoeficacia y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Establecer la relación entre la</p> | <p>Hipótesis general:</p> <p>La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la actitud emprendedora en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>La autoeficacia se relaciona directa y</p> | <p>Variable X</p> <p>Autoeficacia</p> <p>Variable Y</p> <p>Actitud emprendedora</p> | Expectativas de eficacia | Capacidades y recursos Habilidades Capacidad para encontrar soluciones Manejo de situaciones | Encuestas Cuestionarios |
| | | | | Expectativas de resultado | Resultados del esfuerzo Oportunidades Logro de objetivos Manejo eficiente de situaciones | |
| Autoestima | Estabilidad y predictibilidad Cohibición e inferioridad Trabajo tradicional Inseguridad Percepción del riesgo | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|----------------------------------|--|--|
| <p>¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?</p> | <p>autoeficacia y la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> | <p>positivamente con la autoestima en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> | | <p>Asunción de riesgo</p> | <p>Propensión al riesgo e incertidumbre</p> | |
| | <p>Establecer la relación entre la autoeficacia y la asunción de riesgo en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> | <p>La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la asunción de riesgo en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> | | <p>Necesidad de logro</p> | <p>Preferencias por lo nuevo</p> <p>Dedicación de tiempo</p> <p>Originalidad en las tareas</p> <p>Ideas inciertas</p> <p>Resultados deseados</p> <p>Competencia</p> <p>Cuestionar</p> <p>Trabajo</p> | |
| | | | | <p>Control percibido interno</p> | <p>Trabajo como medio</p> | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|-----------------------|--|
| <p>Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?</p> | <p>Establecer la relación entre la autoeficacia y la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> <p>Establecer la relación entre la autoeficacia y el control percibido interno en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y</p> | <p>épocas del COVID-19.</p> <p>La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con la necesidad de logro en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> <p>La autoeficacia se relaciona directa y positivamente con el control percibido interno en los</p> | | | <p>Dedicación</p> | |
| | | | | | <p>Trabajo propio</p> | |

| | | | | | | |
|---|---|--|---|--|--------------------|--|
| <p>¿Cuál es la relación entre la autoeficacia y el control percibido interno en los estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19?</p> | <p>Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> | <p>estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas en épocas del COVID-19.</p> | | | <p>Competencia</p> | |
| <p>Diseño</p> | <p>Población</p> | | <p>Muestra</p> | | | |
| <p>No experimental correlacional y de corte transversal.</p> | <p>La población estuvo formada por 48 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas</p> | | <p>Se conformó por 43 estudiantes de la Segunda Especialidad Arte y Cultura de la Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas</p> | | | |

ESCUELA NACIONAL SUPERIOR DE FOLKLORE JOSÉ MARÍA ARGUEDAS



Instrumento de recolección de datos Escala de Autoeficacia General (EAG)

Baessler y Scwarzer (1996) adaptada por Escobar y Zambrano (2015)

Edad: _____

Género:

M _____ F _____

Institución educativa: _____

Lugar de residencia: _____

A continuación, encontrará varias frases que se refieren a como las personas evalúan su capacidad para resolver problemas. Por favor, señale con una X la opción que mejor se aplica a usted mismo. “Nunca” /” Pocas veces” /” Muchas veces” o “Siempre”.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|-------------|---------------|--------------|---------|
| Nunca | Pocas veces | Algunas veces | Muchas veces | Siempre |

No hay respuestas correctas o incorrectas, solo responda con sinceridad.

| Nº | ITEMS | ESCALA | | | | |
|----|--|--------|---|---|---|---|
| 1 | Gracias a mis capacidades y recursos, se cómo manejar situaciones inesperadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 2 | Cuando me enfrento a dificultades, puedo mantenerme tranquilo(a), porque confío en mis habilidades para manejarlas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | Cuando me enfrento a un problema, generalmente puedo encontrar varias soluciones inmediatas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Si tengo problemas generalmente encuentro una solución | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Por lo general puedo manejar cualquier situación que se me presente. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Puedo resolver problemas difíciles si hago el esfuerzo necesario. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | Si me esfuerzo lo suficiente, puedo resolver la mayoría de dificultades que se me presenten. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | Aunque me encuentre obstáculos, puedo encontrar los medios y la forma de obtener lo que quiero. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | Me resulta fácil concentrarme en lo que quiero y lograr los objetivos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | Tengo confianza en que podría manejar eficientemente situaciones no planeadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ESCUELA NACIONAL SUPERIOR DE FOLKLORE JOSÉ MARÍA ARGUEDAS



Instrumentos de recolección de datos

Test Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO) Robinson (1987) adaptada por Krauss (2011)

Edad: _____

Género:

M_____ F_____

Institución educativa: _____

Lugar de residencia: _____

A continuación, encontrará una serie de ítems valore de 1 a 5, según su acuerdo con las afirmaciones formuladas:

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Total desacuerdo | Bastante en desacuerdo | Parcialmente en desacuerdo | Bastante de acuerdo | Totalmente de acuerdo |

| Nº | ITEMS | ESCALA | | | | |
|----|--|--------|---|---|---|---|
| 1 | Me gusta que las cosas sean estables y predecibles. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Me gusta trabajar dónde no haya mucha incertidumbre ni cambios constantes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 3 | Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en cualquier lugar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Me siento cohibido cuando estoy con personas exitosas en los emprendimientos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | Me siento inferior a la mayoría de las personas que conozco. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Las horas regulares de labor y las vacaciones son más importantes para mí que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto de trabajo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | No estoy seguro(a) de mis ideas y capacidades | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | Estar auto empleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | Por lo general evito asumir riesgos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | Vivo cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | Tengo mucha necesidad de nuevas aventuras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | Normalmente busco compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 15 | Me entusiasma hacer cosas nuevas e innovadoras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar el tiempo necesario y así lograr un desarrollo óptimo en las nuevas oportunidades que se me presenten. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Creo que es necesario dedicar el tiempo adecuado a planificar las actividades de emprendimiento. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | A menudo logro desarrollar las tareas de una forma original. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | Suelo apostar por las buenas ideas, aunque estas no sean del todo seguras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo que pertenezco funcionen mejor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un emprendimiento. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva teniendo a un personal calificado y competente. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por mas buenas que hayan sido al plantearse dicho problema. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi condición laboral. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 25 | Siempre he trabajado duro para estar entre los mejores. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26 | Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | Dedico el tiempo requerido y necesario para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29 | Realizo cada trabajo tan exhaustivamente cómo es posible. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30 | Creo que lo más importante a la hora de seleccionar compañeros de trabajos es que sean competentes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |