

# UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

## ESCUELA DE POSTGRADO



**Relación entre Entorno Familiar y Emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN,  
CON MENCIÓN EN FINANZAS**

**AUTOR:**

Br. CAMINO GARCÉS, Juan Segundo

**ASESOR:**

Dr. EXEBIO CORNETERO, Cristóbal

**Trujillo – Perú**

**2019**

**Fecha de sustentación: 2019/06/13**

## **DEDICATORIA**

**A Dios por tantas**

**Bendiciones.**

**A mi Esposa Vilma y a mis hijos Juan José  
y Claudia, les dedico este trabajo, por ser  
mi fuente de inspiración.**

**A la memoria de mis queridos**

**Padres Juan y Carmen.**

## **AGRADECIMIENTO**

**Quiero expresar mi agradecimiento al Dr. Cristóbal Exebio C., por su acertada Asesoría.**

**Al Dr. Fredy Pérez Azahuanche, y a la Mag. Blanca Robles Pastor, por sus comentarios y facilidades.**

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Enunciado del Problema: .....	6
1.2. Justificación:.....	6
1.3. Hipótesis:.....	7
1.4. Objetivos: .....	7
1.4.1. Objetivo General:.....	7
1.4.2. Objetivos Específicos: .....	7
1.5. Antecedentes: .....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Espíritu emprendedor: .....	12
2.1.1. La promoción de la cultura emprendedora:.....	13
2.1.2. La educación emprendedora: .....	13
2.1.3. Experiencias en Brasil, Chile y Colombia: .....	15
2.1.4. Dimensiones del Emprendimiento: .....	17
2.2. Entorno Familiar .....	18
2.2.1. Dimensiones del Entorno Familiar .....	19
III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	20
3.1. MATERIAL .....	20
3.1.1. Población: .....	20
3.1.2. Muestra: .....	22
3.1.3. Unidad de análisis:.....	24
3.2. MÉTODO.....	24
3.2.1. Tipo de estudio: .....	24
3.2.2. Diseño de investigación: .....	24
3.2.3. Variables y Operacionalización de variables.....	25
3.2.4. Instrumentos de recolección de datos: .....	28

3.2.5. Procedimiento y análisis estadístico de datos: .....	28
IV. RESULTADOS.....	30
V. DISCUSIÓN .....	33
VI. CONCLUSIONES .....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	36
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37
ANEXOS.....	40

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de estudiantes según sexo, de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo.....	20
Tabla 2. Distribución de la Población de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio. ....	21
Tabla 3. Distribución de la muestra de estudiantes según sexo, de la Escuela de Administración UPAO, 2018-2, Trujillo.....	23
Tabla 4. Distribución de la Muestra de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio. ....	23
Tabla 5. Entorno familiar en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018.....	30
Tabla 6. Emprendimiento personal en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018.....	31
Tabla 7. Correlación entre Entorno Familiar y Emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018.....	32
Tabla 8. Correlación de los indicadores del Entorno Familiar y Emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018 .....	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	
Distribución de la población estudiantil según sexo, de la Escuela de Administración, UPAO-2018-2.....	20
Figura 2.	
Distribución de la Población de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio. ....	21
Figura 3.	
Distribución de la muestra de estudiantes según sexo, de la Escuela de Administración UPAO, 2018-2, Trujillo.....	23
Figura 4.	
Distribución de la Muestra de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio. ....	24
Figura 5.	
Entorno familiar en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. ....	30
Figura 6	
Emprendimiento personal en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2.....	31

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo fue determinar la relación entre el entorno familiar y el emprendimiento en estudiantes de la Escuela de Administración de UPAO. Esta investigación es un estudio descriptivo correlacional. La muestra para el estudio fue de doscientos cincuenta y seis estudiantes escogidos de manera aleatoria, ciento veintitrés hombres y ciento treinta y tres mujeres, a quienes se les aplicó la Escala de Emprendimiento y la Escala de entorno familiar. La primera está constituida por tres indicadores: asumir retos nuevos, innovación y generación de riqueza; y la segunda, conformada por los indicadores: autoestima, valores y resiliencia. Se determinó la validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos. Con un coeficiente Alfa de Cronbach de noventa por ciento y ochenta y nueve por ciento, para la Escala de Emprendimiento y la Escala de entorno familiar respectivamente; se demostró que ambos instrumentos son confiables. Para evaluar la correlación entre el entorno familiar y el emprendimiento personal se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, se obtuvo un p valor menor que uno por ciento, con coeficiente de correlación (r) de sesenta y uno por ciento. Se concluyó que la relación entre el entorno familiar y el emprendimiento personal, en los estudiantes de Administración, es altamente significativa y directa, es decir, mientras más favorable sea el entorno familiar para el emprendimiento, los estudiantes tendrán más posibilidades para emprender.

**Palabras clave:** espíritu emprendedor, entorno familiar, emprendimiento.

## ABSTRACT

The objective of this work was to determine the relationship between family environment and entrepreneurship in students of the UPAO School of Management. This investigation is a descriptive correlational study. The sample for the study was of two hundred and fifty-six randomly selected students, one hundred and twenty-three men and one hundred thirty-three women, to whom the Scale of Entrepreneurship and the Family Environment Scale were applied. The first is made up of three indicators: taking on new challenges, innovation and generating wealth; and the second, made up of the indicators: self-esteem, values and resilience. The validity and reliability of the data collection instruments were determined. With a Cronbach's Alpha coefficient of ninety percent and eighty-nine percent, for the Entrepreneurship Scale and the Family Environment Scale respectively; It was shown that both instruments are reliable. To evaluate the correlation between family environment and personal entrepreneurship, the Pearson correlation coefficient was used; a p value of less than one percent was obtained, with a correlation coefficient (r) of sixty-one percent. It was concluded that the relationship between the family environment and personal entrepreneurship, in the students of Administration, is highly significant and direct, that is, the more favorable the family environment for entrepreneurship, the students will have more possibilities to undertake.

**Keywords:** entrepreneurial spirit, family environment, entrepreneurship.

## I. INTRODUCCIÓN

El fomento de la actividad emprendedora está adquiriendo cada vez más importancia en América Latina y en especial en el Perú. Desde Pequeños municipios y pequeñas organizaciones no gubernamentales locales, universidades y agencias gubernamentales de nivel nacional están comenzando a implementar proyectos para difundir la cultura emprendedora y facilitar la creación de nuevos negocios (Angelelli y Prats, 2005, p. 3).

El desarrollo de emprendedores y nuevas empresas es un objetivo central para acelerar el progreso económico y social de las naciones. La tendencia ha sido parecida en otros países desarrollados, tales como Japón, Canadá y Estados Unidos. Los países de América Latina no han sido la excepción en este proceso y también han incorporado el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción del espíritu empresarial en sus políticas de desarrollo (Angelelli y Prats, 2005, p. 1).

En el Perú existen más de 7 500 000 emprendedores con un índice TEA Actividad emprendedora total de 25.1%. Esto significa que, en promedio, veinticinco de cien peruanos se encuentran involucrados en algún tipo de actividad emprendedora, independiente de su condición social, sexo o educación; esta evidencia posiciona al Perú como uno de los países más emprendedores del mundo (Serida, Guerrero, Alzamora, Borda, y Morales, 2017, p. 17).

De los 784 millones de personas adultas 18 a 64 años que pueblan los 65 países GEM analizados, en promedio, 73 millones (9.3%) son emprendedores. En el caso del Perú, este índice se explica por los niveles de desempleo (6.6%) y desempleo juvenil (11.8%), que obligan a las personas a generar nuevos negocios como alternativa de subsistencia (Serida et al, 2017, p. 11).

La convicción de los peruanos para desarrollar su prosperidad, depende fundamentalmente de sí mismos, pues el apoyo brindado por el gobierno es insuficiente. Latinoamérica, es considerada la región más emprendedora del planeta, pues alcanza una TEA de 18.8%. Del informe de Serida, et al. (2017), también se concluye que existe una relación significativa entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento

económico. Adicionalmente, no todas las personas emprenden nuevos negocios por los mismos motivos; y se identifican dos categorías:

- a) Emprendedores por oportunidad,
- b) Emprendedores por necesidad.

La mayoría de los emprendimientos en el Perú son iniciados por oportunidad, ya que de una TEA del 25,1 para el periodo 2016-2017, la motivación para emprender como porcentaje de la TEA fue del 12,8 por necesidad y del 68.8 por oportunidad; y el ratio entre los porcentajes de emprendimiento por oportunidad entre los porcentajes de emprendimientos por necesidad fue del 5.4; esto indica que en el Perú prevalece los emprendimientos por oportunidad lo cual es saludable para nuestra economía (Amorós, 2011).

Lima, Cajamarca, Cuzco, La Libertad y Puno, son las regiones con mayor número de emprendedores. El número de empresas alcanzó 1.8 millones. Al final del año 2017. El 86 % de las Mype, se encuentran en el interior del País, siendo las principales: Cuzco, Puno, Cajamarca y La Libertad (Produce, 2018).

Está probado que gran cantidad de emprendimientos se desarrollan en las zonas de Puno y Cuzco, tenemos por ejemplo los casos de: Lidia Cortez (Artesana, empresaria de Wari, Los andes, Puno), Reina Núñez de Osoreo (artesana de Mate Burilado), Justa Ortiz de Orúe, (empresaria de Apicultura, Santa Teresa (Cuzco), Tatiana Santillán (Empresaria del Cuzco, sector Turismo), María Alanoca (tejedora de llave, Puno), con ventas a Suiza e USA., y Nelly Yupanqui (tejidos) quien es la reina de las ferias artesanales. Y así podríamos enumerar innumerables casos de éxito emprendedor y todos estos casos se aprecian la influencia del entorno social y de la familia, además de otros factores adicionales tenemos que los emprendedores han propiciado la asociatividad y dar valor agregado a sus productos (Procasur, 2015).

Además, tenemos que:

El emprendimiento constituye un fenómeno cultural que encierra conductas, valores, creencias y modos de actuación, con la intencionalidad de generar bienestar social en

una comunidad; a su vez, la cultura constituye una variable importante, tanto para el proceso de desarrollo de la idea emprendedora como para la acción o puesta en marcha (Orrego, 2009, pp. 245-246).

Al respecto la teoría de aprendizaje social sugiere que las personas aprenden cuando observan lo que ocurre a otros, o cuando se le habla acerca de cosas y, además, por medio de la experiencia directa. Por ejemplo, gran parte de lo que hemos aprendido se debe a que hemos observado a modelos; esto es padres, profesores y demás (Robbins y Decenzo, p. 233).

Delval (2007) plantea que “la sociedad en la que nacemos nos moldea profundamente y que el individuo no puede sustraerse a la influencia social” (p. 9). Así mismo, enuncia Vargas (2007) que la formación implica “(...) comprender las estructuras fundantes de la interacción mundano-vital; tal tránsito considera tanto la formación de las personas singulares como el fundamento de las personalidades de orden superior familia, comunidad, barrio, ciudad, nación, estado, comunidad de naciones” (p. 26).

Así, la formación para el emprendimiento se explica no sólo a partir del autoconocimiento, la autovaloración, la autodeterminación de los sujetos emprendedores, sino también del papel que juegan los entes o personalidades de orden superior que intervienen en el mundo social, como son el Estado, la organización, la familia y las comunidades, entre otros, y la comprensión de la interacción que genera el emprendimiento como posibilidad de realización del sujeto en la vida con los otros (Orrego, 2009, p. 246).

Aproximación a los modelos de emprendimiento Kantis (2004) menciona:

En sociedades con culturas favorables a la empresarialidad es más factible que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social, para ser independientes o para seguir los pasos de otros empresarios a los que admiran (modelos de rol). La familia, el sistema educativo, las empresas en las que trabajaron antes y los medios de comunicación deciden contextos específicamente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender (p. 25).

Shapero y Sokol, (1982) exponen respecto a:

Los grupos sociales, culturales, regionales y religiosos que tienen más casos de emprendimiento y destacan los grupos familiares de judíos y libaneses en Norteamérica; con menos nexos entre grupos familiares, citan a Sombart (1913) que incluyó a ibos en Nigeria, antioqueños en Colombia, parsis en India. Entre los factores sociales y culturales recuerdan que los refugiados se inclinan más por crear empresa en otro país que cuando permanecen en él. Esas acciones individuales son producto de situaciones sociales que predisponen a fases subsiguientes de percepción de deseo y viabilidad (p. 93).

El emprendedor al crear empresa puede ser afectado por algunas situaciones o factores que podrían condicionar su actividad. Veciana (como se citó en Santamaría, Moreno, Torres y Cadrazco, 2013, p. 5), afirma “son unos los factores fundamentales y otros los precipitantes; los factores fundamentales se refieren a los antecedentes de cada individuo fruto de su contexto familiar, sus valores personales y las experiencias y vivencias de la infancia”.

Con frecuencia se observa que la existencia previa de negocios familiares es determinante para el logro de otros negocios, evidencia esto que, es un factor favorable para el nuevo emprendedor, pues, tiene un conocimiento base respecto a riesgos, beneficios y otras habilidades para iniciar un nuevo negocio. En la actualidad, esto se ve favorecido con el uso de las redes sociales que están siendo un gran soporte para la gestión de negocios. Las buenas relaciones en la familia constituyen un gran soporte para el emprendedor, ellos son un importante apoyo directa o indirectamente para el logro de eficacia en los negocios, pues para el emprendedor el apoyo familiar le provee de energía y soporte emocional y social, para que el negocio siga creciendo (Ellya y Lanang, 2016, p. 57).

El entorno familiar y social es entonces fundamental para el emprendedor, por una parte, constituye un freno para las inercias instituidas, pero también por otra parte es un estímulo positivo, pues la posibilidad de la mejora social es el gran motivo de su

actividad, siendo el beneficio económico una gran expresión de éxito (Santamaría, et al., 2013, p. 5).

La motivación y deseo de emprender son factores determinantes en el emprendimiento, en el Perú, el 77.7% de la población peruana refiere que tiene el conocimiento necesario para poner en marcha una empresa; sin embargo, los expertos consideran que la población peruana no está preparada para poner en marcha y administrar una empresa, opinión que parece corroborarse con el porcentaje de cierres empresariales que se producen en nuestro país y que evidencian la necesidad de capacitación y de asesoría. La tasa de discontinuación de negocios del periodo 2016-2017 es del 6.1%, sigue siendo alta para el Perú (Amorós, 2011).

En la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) de Trujillo se ha observado que, la tasa de nacimiento de nuevas empresas y la generación de riqueza por parte de los estudiantes es baja, a pesar que, se dicta cursos de emprendimiento como generación de empresas y proyectos de inversión, y de acuerdo a los antecedentes se realiza esta investigación para investigar si una de las posibles causas de la baja tasa de emprendimiento de los alumnos de administración, podría ser el bajo nivel de apoyo familiar así como también del entorno social (Sociedad-Estado) y traería como consecuencia el bajo nivel de emprendimiento arriba indicado. Y una de las posibles soluciones a esta problemática sería desarrollar la cultura del emprendimiento en UPAO, que incluya a la familia a través del desarrollo de talleres de sensibilización para los familiares de los jóvenes emprendedores, además de la implementación de talleres para el desarrollo de prototipos innovadores; desarrollando casos de éxito emprendedor que sean motivadores en los jóvenes que desean emprender; así como, el desarrollo de talleres en capacitación emprendedora en temas como liderazgo y gestión empresarial, tanto para los emprendedores como sus familiares, ya que está demostrado que estos últimos tienen mucha influencia en el desarrollo de los emprendimientos (Amorós, 2011).

Por lo que se formuló el problema de investigación:

### 1.1. Enunciado del Problema:

¿Cómo es la relación entre el entorno familiar y el emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración, de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018 - II?

### 1.2. Justificación:

- **Conveniencia:** El emprendimiento del peruano puede apreciarse sin distinción de clases sociales o económicas, todos desean salir adelante y mejorar su calidad de vida. Pero el emprendimiento, si bien es cierto responde a factores personales, también tiene un componente social, en este caso, dado por el entorno familiar en el que se desarrolla la persona. El investigar la importancia del rol de la familia en el emprendimiento es fundamental para mejorar el conocimiento de estos factores que influyen directamente en el desarrollo de las personas.
- **Relevancia Social:** La investigación servirá a la población Trujillana para fomentar el conocimiento del desarrollo del emprendimiento y, de esta manera fortalecer a la familia, como unidad de desarrollo de cualidades que ayuden a en el surgimiento y mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- **Implicaciones prácticas:** La investigación podrá ser usada como referencia para la aplicación de programas que ayuden a fortalecer los lazos familiares y, a su vez, generar emprendimiento en los sujetos interesados.
- **Valor teórico:** La presente investigación aportará conocimiento nuevo y actualizado sobre el Clima Familiar y el Emprendimiento, de esta manera brindará un aporte contundente en el desarrollo de cualidades que permita el fortalecimiento de los mismos.

- **Utilidad metodológica:** El estudio brindará instrumentos válidos y confiables, así como un marco de referencia sobre el Clima Familiar y el Emprendimiento para futuras investigaciones.

### **1.3. Hipótesis:**

**H<sub>0</sub>:** La relación entre el entorno familiar y el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018 – II, no es significativa.

**H<sub>1</sub>:** La relación entre el entorno familiar y el emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018 – II, es altamente significativa.

### **1.4. Objetivos:**

#### **1.4.1. Objetivo General:**

Determinar la relación entre el entorno familiar y el emprendimiento en estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos:**

- Establecer el nivel de soporte del entorno familiar en estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II.
- Establecer el nivel de emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II.

- Establecer la relación existente entre el entorno familiar y el nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II.

### **1.5. Antecedentes:**

Una revisión de los diversos trabajos relacionados con la presente investigación, permitió considerar como antecedentes:

#### **Antecedentes internacionales**

1. El trabajo de título: *“La Influencia de la familia en el emprendimiento empresarial, el caso de tres Pymes de los sectores comercial y de servicios de la Ciudad de Sincelejo”* cuyos autores son Álvaro Santamaría, Eider Moreno, Eliany Torres, Wilson Cadrazco, de la Universidad de sucre, Ecuador (2013). Este trabajo se desarrolló con el objetivo de determinar la influencia de la familia en el emprendimiento empresarial en las empresas del sector comercio y de servicios de la ciudad de Sincelejo, Sucre, Ecuador. El estudio es de carácter descriptivo, se apoyó en los constructos teóricos de Orrego, Swedberg, Whittington, Caldas, Carrasco, Gámez, Goss, Robbins, relacionados con el emprendimiento empresarial.

Finalmente se determinaron varios factores del emprendimiento empresarial relacionados con la influencia de la familia, como lo son el establecimiento de una red de contactos, la existencia previa de experiencia laboral, y antecedentes empresariales en el grupo familiar, el liderazgo ejercido por el fundador, el uso del parentesco como mecanismo de subordinación, la necesidad de logro del emprendedor y de su familia, y en las generaciones recientes, la formación técnica y profesional, entre otras características.

Según esta investigación, los mecanismos que funcionan o que se aprovechan mejor en cuanto a la relación familia-emprendimiento son: Red de contactos, existencia de experiencia laboral, liderazgo del fundador, usos del parentesco

como mecanismo de subordinación, entonces nos preguntamos cómo podrían aprovechar nuestros alumnos de la escuela de administración, estos factores y creemos que una de las formas de aprovechar estas vivencias sería a través del desarrollo de charlas de casos de éxito emprendedor, dirigidas no solo a los alumnos, sino también a sus padres y familiares.

2. *“La empresa familiar y el emprendimiento”* cuyos autores son José Javier Artech Zubizarreta y Santiago Rementeria Sanz (2012), quienes afirman que, puede existir la percepción de que los negocios familiares tienden a estancarse y olvidar el carácter emprendedor de sus fundadores. El objeto de este artículo es mostrar no sólo que las empresas familiares pueden ser emprendedoras, sino que están forzadas a serlo para asegurar su continuidad y prosperidad a largo plazo. Tras repasar las ventajas y limitaciones de este tipo de compañías, se describen algunas prácticas que contribuyen a la estabilidad del sistema familia-empresa y son la base sobre la cual se asienta una dinámica necesaria de renovación sostenida. La experiencia del grupo familiar Artech, que se encuentra en su tercera generación, sirve para ilustrar algunos de los conceptos mencionados.

Aquí se podría acotar, las palabras de Alicia Castillo Holley, (Notable conferencista Internacional, en temas de Innovación y emprendimiento), quien dice: “Que el emprendimiento es el uso de la creatividad e innovación para pensar y actuar de manera de crear riqueza, muchas personas piensan que emprender es crear una empresa, el verdadero sentido del emprendimiento es crear riqueza, independientemente si se crea o no una empresa; es importante crear riqueza porque no hay otra manera de crear prosperidad, cuando uno crea riqueza, obligatoriamente la comparte, entonces cuando se fomenta el emprendimiento se crean nuevos productos y nuevos servicios que entran al mercado. El emprendimiento toma la vía de las oportunidades, es hacer cosas diferentes y promover la innovación. Por lo que podemos acotar que los emprendimientos familiares deben ir acompañados de creatividad e innovación.

3. *“Sucesión en las Empresas Familiares: Análisis de los factores estratégicos que influyen en la dinámica familia-empresa”* de 2015, que tiene como autores a

Edwin Javier Santamaría Freire y Fanny Paulina Pico, quienes resaltan que, las empresas familiares que forman parte de la economía del país no han sido analizadas desde su realidad, donde los intereses de la familia y empresa en ocasiones ponen en riesgo su continuidad. Para ello, se plantean como objetivo analizar los factores estratégicos que influyen dentro de la empresa familiar. Se considera una muestra de estudio de 280 casos de los cuales 267 poseen las características de empresa familiar en la provincia de Tungurahua – Ecuador, arrojando que el 95.4% de empresas son de este tipo y se constituye en fuente de empleo para 3 miembros de la familia y al menos dos personas externas, es decir, es una de las principales fuentes de ingresos económicos para la provincia. La vida de las empresas familiares está ligada al bienestar familiar por ello el 96% de empresas tienen más de dos años, llegando incluso el 4% a superar los 33 años de funcionamiento. Se encuentra que el estilo de dirección en la empresa está relacionado al tipo de liderazgo que aplica el propietario en la familia, es decir, puede ser autocrático o participativo con la familia y dentro de la empresa con los subordinados. Se estructura un modelo multivariante de correspondencias principales para determinar la relación entre los factores estudiados, determinando que: Liderazgo y Autoridad del propietario, Estrategias administrativas, Planes de mediano plazo en las empresas y Formación del empresario son los principales factores estratégicos que repercuten en la dinámica empresa familia.

Al respecto, podemos decir que, según el autor lo más importante para las empresas familiares está ligadas al bienestar familiar, es decir, sino existe armonía en las decisiones de las empresas, éstas normalmente fracasaran.

### **Antecedentes nacionales**

1. La Tesis de título “La influencia de un proceso sucesión en la supervivencia de las MYPES familiares en la ciudad de Lima – Perú”, 2018 de Díaz Navarro, Carlos Andrés y Gibaja Valdivia, Erick, quienes realizaron un estudio cualitativo para identificar qué factores determinan la influencia de un proceso de sucesión en la supervivencia de las empresas familiares en Lima- Perú, concluyeron que: Los patriarcas y fundadores de las empresas familiares

entrevistadas tienen temor a entregar la dirección de la empresa en manos de los sucesores y ello incide en la decisión de generar un plan de sucesión. Además, que las MYPEs familiares, tiene debilidades para su desarrollo y crecimiento, pues existe poca promoción de su oferta y, sobre todo, falta de participación del Estado en la simplificación administrativa y los costos de la formalización. Finalmente, la MYPE familiar influye significativamente en la supervivencia de la empresa, lo cual se ve reflejado en indicadores como su participación en el PBI, su potencialidad para la generación de empleo y su capacidad para generar una oferta exportable atractiva.

2. La investigación de título “Clima social familiar y actitud emprendedora, en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Bagua”: Amazonas, Perú, 2016 cuyos autores son Kary Agramonte y Salomón Vásquez. Cuyo objetivo del estudio fue determinar en qué medida el clima social familiar se relaciona con la actitud emprendedora, en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Bagua”. El estudio fue descriptivo, correlacional y transversal. Concluyeron que el clima social familiar no se relaciona con la actitud emprendedora de los jóvenes estudiantes.

En todas estas investigaciones se resalta la influencia de la familia en el emprendimiento a través de factores estratégicos para perpetuar o continuar la empresa familiar, más poco se profundiza en los factores asociados al emprendimiento como generador de riqueza, independiente de si se crea o no una empresa, creemos que el entorno familiar influencia en el emprendimiento de forma que genere oportunidad para crear e innovar, es decir, hacer cosas diferentes y desarrollar la creatividad en los integrantes jóvenes de la familia. La universidad como formadora de personas puede contribuir a la formación en el espíritu emprendedor de los estudiantes y fortalecerlo. Según ello, se plantea determinar la influencia del entorno familiar desde aspectos como: autoestima, valores y resiliencia y el emprendimiento, focalizando los aspectos: asumir nuevos retos, innovación y generación de riqueza.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Espíritu emprendedor:

La Dirección General de Política de la PYME y Secretaría General (2003) afirman: “El espíritu emprendedor está estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción. Las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar; tienen voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente” (p. 10).

Según Stoner, Freeman y Gilbert (1996) “El hecho de tomar una idea e inventar una organización para desarrollar dicha idea se llama espíritu del emprendedor, es decir, el espíritu emprendedor se puede dar cuando una persona o grupo de personas inician un negocio nuevo” (p.190).

El espíritu emprendedor, se puede definir como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente, para transformarla en una actividad rentable y productiva; pero, no siempre se tiene un objetivo económico, sino que éste puede ser social o político (Briascó, 2014, p. 58).

En la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, creación de una nueva empresa o la toma de riesgos, es uno de los factores esenciales para aumentar la riqueza de un país. Y si quisiéramos definir al emprendedor diríamos que es una persona que crea y mantiene un negocio innovador, un emprendimiento nuevo, él por sí mismo, asumiendo todos los riesgos, aprovechando oportunidades, buscando financiamiento, con fin de obtener beneficios.

Con respecto a las principales características de un emprendedor mencionamos a la: creatividad, autonomía, confianza en uno mismo, proactividad, tenacidad, sentido de responsabilidad, capacidad para la toma de riesgos, flexible e imaginativo, generador y buscador de oportunidades de negocio, además de liderazgo, espíritu de equipo y solidaridad.

### **2.1.1. La promoción de la cultura emprendedora:**

La cultura emprendedora puede transmitirse por diferentes medios, como, por ejemplo, a través de programas de televisión, revistas, periódicos u otros que lleven el mensaje emprendedor a miles de personas, hogares, comunidades, etc.

Algunos países organizan eventos tales como la Small Business Week (en Estados Unidos, Suecia y Canadá) o celebraciones de premiación y reconocimiento a emprendedores que, luego, sirven como modelos inspiradores para la población (Taiwán, Escocia). En el año 2016, el gobierno japonés decidió organizar un Foro Nacional de Start-ups, a través de la Japan Small and Medium Enterprise Corporation. (Agency, 2014, p.143).

En América Latina y el Caribe la promoción de la cultura emprendedora también se está considerando en la agenda de los medios de comunicación: programas de televisión sobre emprendedores y emprendimientos que se difunden en varios países de la región; también hay espacios sobre este tema en los medios gráficos. Un ejemplo interesante es el concurso de planes de negocios que organiza la revista Dinero en Colombia, desde el 2000. La premiación de jóvenes emprendedores y su difusión que de ellos hace esta revista está ayudando a diseminar el espíritu empresarial entre la población joven de Colombia. También se realizan concursos para emprendedores en El Salvador, Argentina, Suriname y Perú, entre otros países. (Kantis, 2004, p. 11-12)

### **2.1.2. La educación emprendedora:**

Debido a la importancia de lograr una educación emprendedora la mayoría de gobiernos tienden hoy a incluirla en sus agendas, e incluso algunos tienen actividades desde la escuela primaria hasta la educación superior. Según Kantis (2004) “en Australia, Países Bajos, Reino Unido, Estados Unidos, Finlandia y Canadá, los ministerios de Economía e Industria han hecho esfuerzos para introducir actividades de formación de vocaciones y competencias emprendedoras a lo largo de los programas de estudio” (p. 144). Así mismo, podemos precisar que Canadá cuenta con la mayor experiencia en la educación primaria, pues desde,

inicios de los años de 1990 viene trabajando la educación emprendedora en los colegios como eje central de su estrategia de desarrollo emprendedor. No sucede lo mismo, en América Latina y el Caribe, los esfuerzos para introducir la educación empresarial en el sistema formal de educación básica aún son incipientes, a pesar de existir iniciativas piloto en países como Argentina, Chile, Paraguay, Bolivia, Perú y El Salvador, entre otros países (Kantis, 2004, p. 144).

Con respecto al contexto universitario, la educación emprendedora debería impartirse en todas las carreras profesionales. En los últimos años se ha observado un incremento considerable en la inclusión de cursos de emprendimiento, debido al trabajo que realizó Estados Unidos. Similar situación ha sucedido en América Latina, pues muchas universidades han empezado a considerar cursos de emprendimiento en sus currículos, tal es el caso del Instituto Tecnológico de Monterrey en México, el Instituto Ciudadano de estudios sobre la inseguridad (ICESI) en Colombia y otros (Kantis, 2004, p. 144).

En el Perú se ha creado un espacio llamado PERUINCUBA, que es una Asociación Civil Peruana de Incubadoras de Empresas, sin fines de lucro, constituida el 14 de febrero de 2006 por 11 instituciones, universidades e institutos superiores, a nivel nacional, ubicadas en Arequipa, Huancayo, Lima, Piura y Trujillo. Su objetivo es fomentar, representar y agrupar de manera gremial a las incubadoras de empresas peruanas, promoviendo el desarrollo nacional a través del impulso al surgimiento y consolidación de empresas que desarrollen o hagan uso de la tecnología; y promoviendo la relación entre la academia, el Estado y la actividad empresarial. Está integrado por los siguientes socios fundadores: Asociación Promotora Educativa Continental, Centro de Transferencia Tecnológica a Universitarios San José, Instituto Nacional de Investigación y Capacitación (INICTEL), Instituto Superior Tecnológico Público Julio C. Tello, Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Universidad Católica Santa María, Universidad Católica San Pablo, Universidad Continental de Ciencias e Ingeniería, Universidad de Piura (UDEP), Universidad Peruana Unión (UPEU) y la Universidad San Martín de Porres (PERUINCUBA, 2006).

### **2.1.3. Experiencias en Brasil, Chile y Colombia:**

Los países de Sudamérica no están en los rankings Top Ten mundiales en innovación y emprendimiento, sin embargo, los últimos años se ha visto esfuerzo considerable de algunos países por comenzar a trabajar con programas para impulsar potenciales Startups. Los países que han avanzado más al respecto con programas públicos nacionales de alto impacto son:

#### **Brasil**

Es uno de los países con gran impacto en emprendimiento con su programa denominado “Plano Brasil Maior” y su incremento en gasto en investigación y desarrollo de las empresas de 0.59% a 0.9% en el 2014. El programa Star-Up Brasil creado por el Estado apoya empresas de base tecnológica, con becas, capacitación, provee fondos de inversión, etc. (Bolivia Emprande, 2014).

En Brasil se ha fortalecido la unión universidad-empresa es la base que sustenta a las incubadoras. Estas incubadoras de empresas toman en cuenta factores como el potencial para generar empleo y la actuación social y la incubadora brinda orientación para crear una empresa, sin requisitos previos.

Las incubadoras de empresas tienen como función primordial desarrollar y fortalecer el espíritu emprendedor. Por eso, se implementan charlas, cursos y actividades interactivas. Además, las incubadoras universitarias desarrollan programas específicos de sensibilización a los alumnos y buscan reclutar potenciales emprendedores.

La empresa incubada sigue una ruta dentro de la incubadora; su proceso de dependencia concluye cuando se convierte en una empresa independiente. Pero, puede volver a relacionarse con la incubadora si desea lanzar nuevos productos, líneas comerciales o apertura de una filial.

En 1998, las incubadoras se duplicaron. Según Oliveira Pires, el crecimiento se debe al apoyo que brindó el Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas). Este servicio, a partir de 1998, comenzó a tener programas específicos para apoyar a nuevas incubadoras (Anprotec, 2015b).

El número de las incubadoras en Brasil en 2015 era de 400, aun así, hay necesidad de más incubadoras y una mayor implicación del sector público a través de incentivos. La implicación de la trilogía comunidad, gobierno y sector privado rendirá mejores beneficios en favor de la creación de más incubadoras de empresas. Otro aspecto importante es la necesidad de aumentar el número de empresas que atiende cada incubadora. La media actual está en 10 empresas por incubadora (Anprotec, 2015b).

## **Chile**

En el caso de Chile, en los últimos diez años, este país empezó a apostar por dar solidez a sus programas de emprendimiento; el estado ha promovido las industrias de capital de riesgo, inversionistas ángeles o las Start-Up.

La Creación de la Corporación de Fomento de la Producción, (CORFO) ha favorecido el crecimiento económico sostenible y competitivo de Chile. Además, la economía en Chile se ha fortalecido con el trabajo de varias generaciones, como iniciativas individuales, colectivas y con los aprendizajes que generan los éxitos y fracasos. Con el programa Innova Chile, este país ha logrado aumentar la competitividad de su economía, al promover y facilitar la innovación y la transferencia tecnológica en las empresas, situación que ha impulsado el desarrollo emprendedor y fortalecido el sistema nacional de innovación.

A pesar de todo el esfuerzo desplegado en estos últimos años por impulsar el emprendimiento, la incubación de empresas aún requiere de mayor trabajo, pues se observa debilidad en las formas para articular e implementar redes de apoyo. Creemos que el rol de la universidad en la formación de incubadoras de empresas es una oportunidad para transformar el conocimiento, las nuevas iniciativas y las actividades de innovación en nuevas empresas y negocios innovadores.

## Colombia

Colombia es uno de los países que también ha impulsado el emprendimiento, en 2012 Colombia lanzó su programa nacional de promoción y fortalecimiento de la innovación y el emprendimiento, se trata de INNpulsa (Bolivia Emprende, 2014, p. 4).

El incentivo gubernamental en Colombia ha sido la base de inversión en el desarrollo social y técnico de los trabajadores, se ha organizado formación profesional integral y se ha puesto énfasis en la solución de problemas que afectan la productividad. No cabe duda que el compromiso mayor de la inversión estatal en promover la innovación, emprendimiento y actividades productivas ha sido crucial para el avance en emprendimiento.

### 2.1.4. Dimensiones del Emprendimiento:

- **Asumir nuevos Retos:** o Desafíos o una cosa difícil que alguien se propone como desafío. Siempre que alguien se propone una meta la cumple, la persona siente un gran nivel de satisfacción, es como el deber cumplido. Los emprendedores, siempre tienen que estar buscando nuevas oportunidades y asumir nuevos retos que contribuyan al desarrollo de la economía.

Toca (2009) manifiesta que “los individuos se involucran en el emprendimiento movidos por tres razones fundamentales: por deseo, por necesidad o por oportunidad” (p. 51). Esto indica el origen del emprendimiento debido a una motivación personal que puede verse fortalecida por otros factores, como sociales o familiares.

- **Innovación:** Se define como un cambio que introduce novedades, y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos o renovarlos.

Toca (2009) diferencia invención de innovación cuando afirma: “Una invención será innovadora sólo cuando ofrezca un uso productivo, cuando sea aplicada a un proceso industrial y cuando de su aplicación derive una nueva función productiva” (p. 45).

El renombrado economista Theodore Levitt, ex profesor de la escuela de negocios Harvard Business School, diferenció la creatividad y la innovación. “Creatividad es pensar cosas nuevas. Innovación es hacer cosas nuevas”. Para él, las ideas innovadoras deben ser útiles. Si el mercado las acepta, podemos decir que implementaron y validaron su valor y que se trata de una innovación (UTP, blog).

- **Generación de riqueza:** Tomaremos la definición económica de riqueza, en economía se habla de bienes y servicios con valor, e incluso los bienes solo tienen valor hasta el punto en que procuran un servicio. El concepto clave aquí es el valor. Las cosas tienen un valor relativo según dos atributos (1) si es relativamente útil. Y (2) si es relativamente escaso. El problema social de la pobreza es la falta de riqueza, no la falta de dinero. El problema social de la pobreza no es añadir dinero, sino crear o generar riqueza. Y se pueden hacer tres cosas con la riqueza (1) consumirla, (2) Almacenarla e (3) Invertirla. Y por lo tanto, la clave para incrementar la riqueza en un sistema económico es la Inversión (Bartle, 1998).

## 2.2. Entorno Familiar

La familia es la unidad básica de la sociedad, en la cual se construye un medio que favorece el surgimiento de experiencias y vivencias que ayudan a los miembros de la familia en el establecimiento de normas, pautas de vida y afecto. Este es el lugar propicio para el cultivo y formación de autoestima, resiliencia, valores, etc. Las cuales a posteriori forman a la persona dentro de la sociedad.

El entorno familiar está influenciado por diversas circunstancias de la vida, como son la relación de los padres, el estado socioeconómico, la religión, etc. Estas influencias varían de familia a familia, pero son principales nutrientes para el desarrollo de las personas.

### 2.2.1. Dimensiones del Entorno Familiar

- **Autoestima:** Para la psicología, se trata de la opinión emocional que los individuos tienen de sí mismos y que supera en sus causas la racionalización y la lógica. En otras palabras, la autoestima es un sentimiento valorativo de nuestro conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que forman la personalidad.
- **Valores:** Los valores son convicciones profundas de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta, pues involucran nuestros sentimientos y emociones. Cada persona, de acuerdo a sus experiencias construye un sentido propio de los valores.
- **Resiliencia:** La resiliencia es la capacidad de los seres humanos para adaptarse positivamente a situaciones adversas. De esta manera pueden afrontar las diversas vicisitudes que puedan surgir en la labor cotidiana de las personas.

La resiliencia está relacionada con las habilidades para solucionar problemas y la posibilidad de contar con el apoyo de la familia y/o personas significativas para el individuo, además de la empatía que puede tener individuo y que lo posibilitan para superar el riesgo y la adversidad de forma constructiva (González, Valdés y Zavala, 2008, pp. 41-52).

### III. MATERIAL Y MÉTODOS

#### 3.1.MATERIAL

##### 3.1.1. Población:

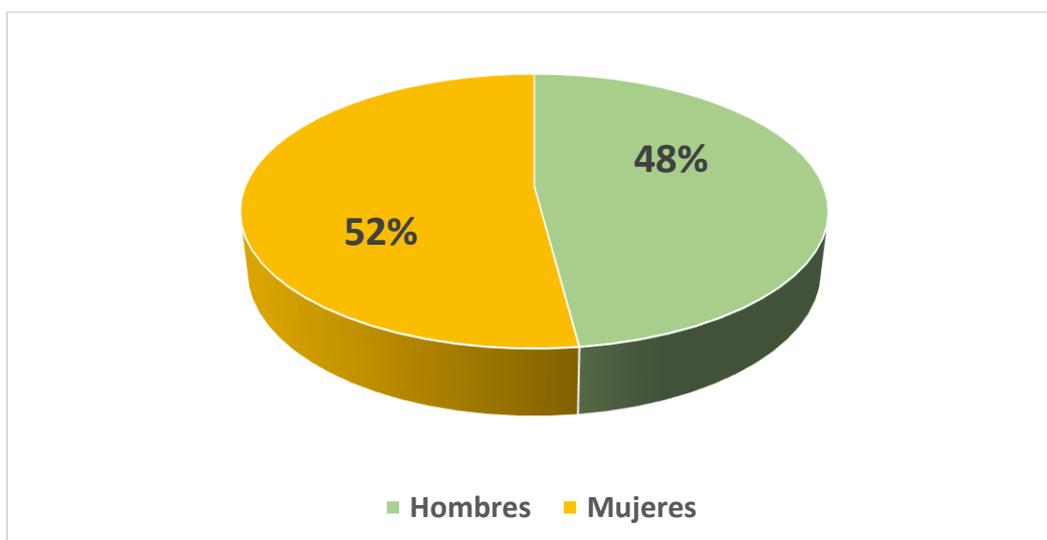
Estuvo constituida por 1257 estudiantes de la Escuela de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego con asistencia regular en el ciclo 2018 – 2 del campus Trujillo.

**Tabla 1.**

*Población de estudiantes según sexo, de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo*

Sexo	Frecuencia	%
Hombres	603	48
Mujeres	654	52
Total	1257	100%

Fuente: Registros de matrícula, 2018-2.

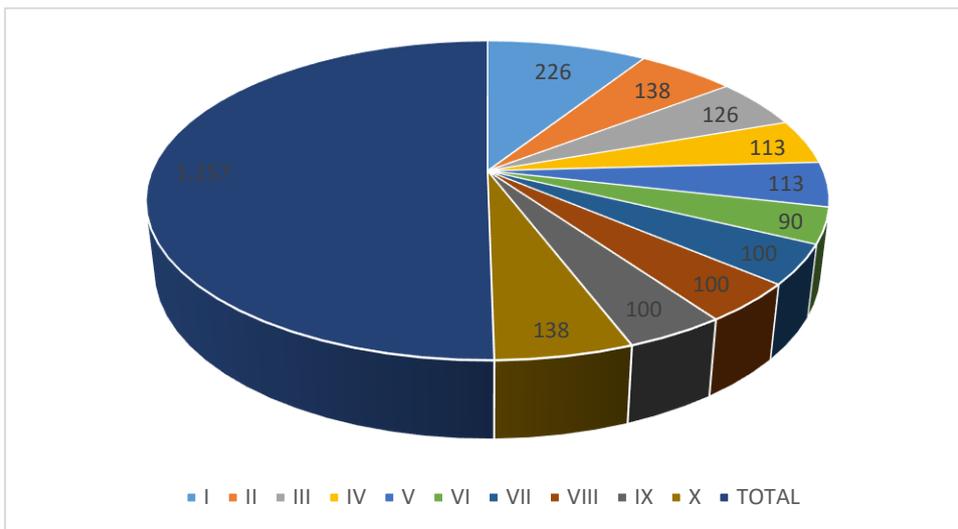


*Figura 1.* Distribución de la población estudiantil según sexo, de la Escuela de Administración, UPAO-2018-2.

**Tabla 2.**

*Distribución de la Población de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio.*

Ciclo	N° estudiantes
I	226
II	138
III	126
IV	113
V	113
VI	90
VII	100
VIII	100
IX	100
X	138
TOTAL	1,257



*Figura 2.* Distribución de la Población de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio.

### 3.1.2. Muestra:

Para determinar el tamaño de la muestra, considerando que para el recojo de datos se hace uso de encuestas, se aplicó la fórmula correspondiente a estimar proporción con reajuste a población conocida.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)(E)^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Por antecedentes:

n= Muestra

N= Población

z= nivel de confianza al 95% =1.96

p= Probabilidad de éxito (p=0.7)

q= Probabilidad de fracaso (q=0.3)

E= error muestral al 5%

Luego:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.7 * 0.3 * 1257}{(1257 - 1)(0.05)^2 + 1.96^2 * 0.7 * 0.3}$$

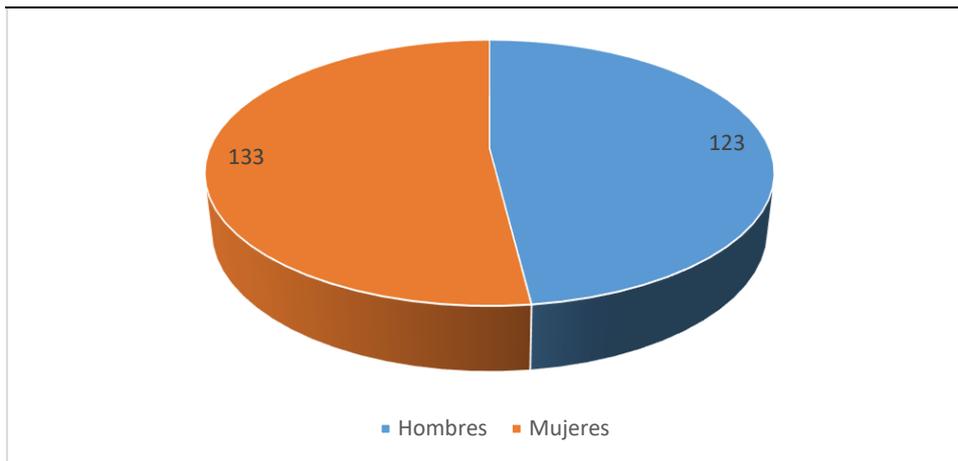
$$n= 256$$

La muestra para el estudio fue de 256 estudiantes escogidos de manera aleatoria y con afijación proporcional, la cual se presenta en la Tabla 2.

**Tabla 3.**

*Distribución de la muestra de estudiantes según sexo, de la Escuela de Administración UPAO, 2018-2, Trujillo*

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia</b>
<b>Hombres</b>	123
<b>Mujeres</b>	133
<b>Total</b>	256



*Figura 3. Distribución de la muestra de estudiantes según sexo, de la Escuela de Administración UPAO, 2018-2, Trujillo*

**Tabla 4.**

*Distribución de la Muestra de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio.*

<b>Ciclo</b>	<b>N° estudiantes</b>
I	26
II	28
III	26
IV	23
V	23
VI	23
VII	25
VIII	25
IX	25
X	32
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>

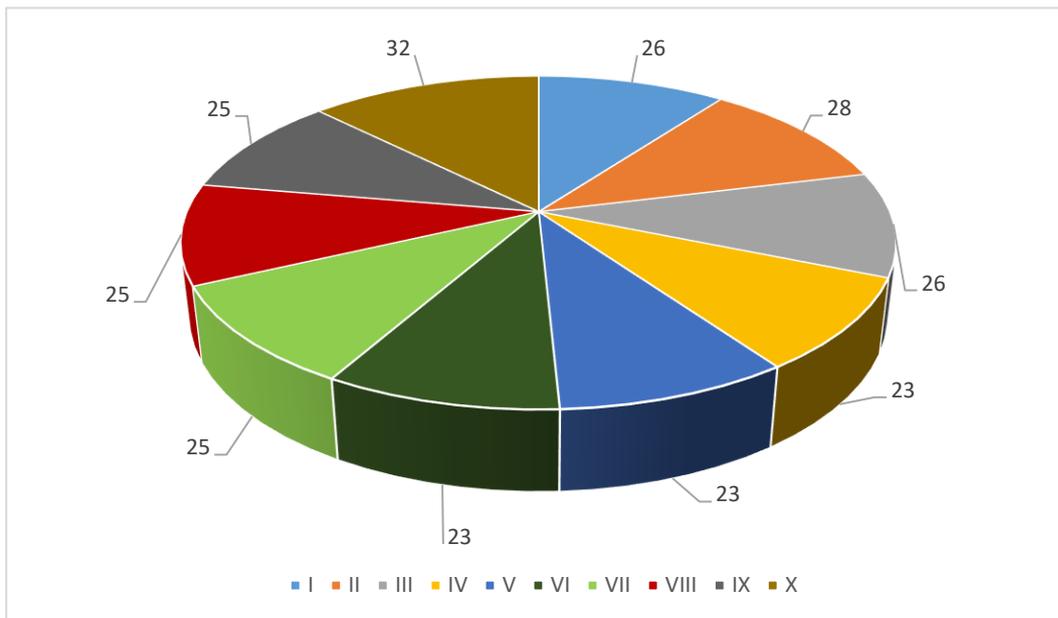


Figura 4. Distribución de la Muestra de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2. Trujillo por ciclo de estudio.

### 3.1.3. Unidad de análisis:

Un estudiante de la carrera profesional de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego con asistencia regular en el ciclo 2018 – 20 del campus Trujillo.

## 3.2. MÉTODO

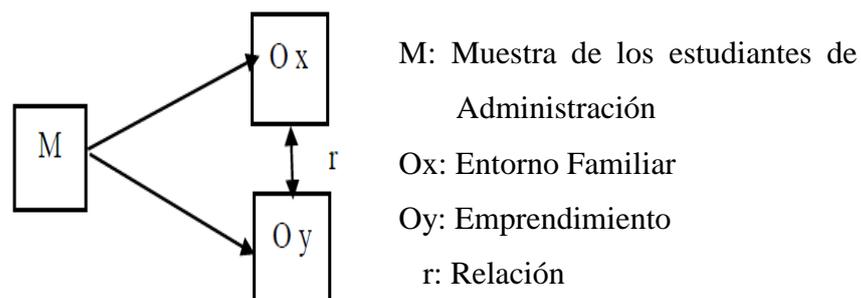
### 3.2.1. Tipo de estudio:

La investigación es de tipo Descriptiva – correlacional.

### 3.2.2. Diseño de investigación:

Para los estudios correlacionales se utiliza el diseño de corte transversal.

Dónde:



### 3.2.3. Variables y Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Tipo	Escala
<b>Emprendimiento</b>	<p>Es la actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos que le permite avanzar un paso más, e ir más allá de dónde ya ha llegado.</p> <p><b><u>Definición Operacional</u></b></p> <p>Es la capacidad para iniciar nuevos retos, generar riquezas; y mostrar innovación</p>	Asumir retos nuevos	Experimentación Visión de negocios	Cuantitativa Cuantitativa	Razón Razón
		Innovación	Proactividad Iniciativa	Cuantitativa Cuantitativa	Razón Razón
		Generación de Riquezas	Toma de decisiones Persistencia	Cuantitativa Cuantitativa	Razón Razón
<b>Entorno Familiar</b>	<p>Es el espacio donde suelen ocurrir un gran número de experiencias que indican vivencias íntimas y esenciales derivadas de la convivencia cotidiana con la familia.</p> <p><b><u>Definición operacional</u></b></p> <p>Es el espacio dónde los integrantes de la familia aprenden aspectos esenciales de convivencia como la autoestima, valores, resiliencia.</p>	Autoestima	Autonomía Motivación	Cuantitativa Cuantitativa	Razón Razón
		Valores	Perseverancia Responsabilidad	Cuantitativa Cuantitativa	Razón Razón
		Resiliencia	Superación a la adversidad Solución de problemas	Cuantitativa Cuantitativa	Razón Razón

### 3.2.4. Instrumentos de recolección de datos:

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos y el cuestionario fue aplicado a los 256 integrantes de la muestra. Esta técnica nos dio a conocer las valoraciones de las opiniones y actitudes de los estudiantes en relación a las variables de estudio. Se aplicó la Escala de Emprendimiento Personal y la Escala de Entorno Familiar, que están constituidos por 13 ítems cada una.

### 3.2.5. Procedimiento y análisis estadístico de datos:

Se aplicó los instrumentos de recolección de datos a los 256 integrantes de la muestra, correspondiente a 123 hombres y 133 mujeres. Se tuvo especial cuidado y control para que todas las encuestas fueran completadas al 100%. Se elaboró la base de datos en una hoja de cálculo de Microsoft Office Excel, posteriormente se hizo el procesamiento de los datos utilizando el programa estadístico SPSS versión 24 y luego el análisis estadístico mediante estadística descriptiva e inferencial.

#### Medición del instrumento: Escala de Emprendimiento Personal

Alfa de Cronbach	N de elementos
.903	13

Tras el análisis de confiabilidad con el coeficiente alfa de Cronbach, se determinó un cociente de .903 que significa que la prueba es altamente confiable.

**Medición del instrumento: Escala de Entorno Familiar:**

Confiabilidad del instrumento, coeficiente Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.889	13

Tras el análisis de confiabilidad con el coeficiente alfa de Cronbach, se determinó un cociente de .889 que significa que la prueba es confiable.

#### IV. RESULTADOS

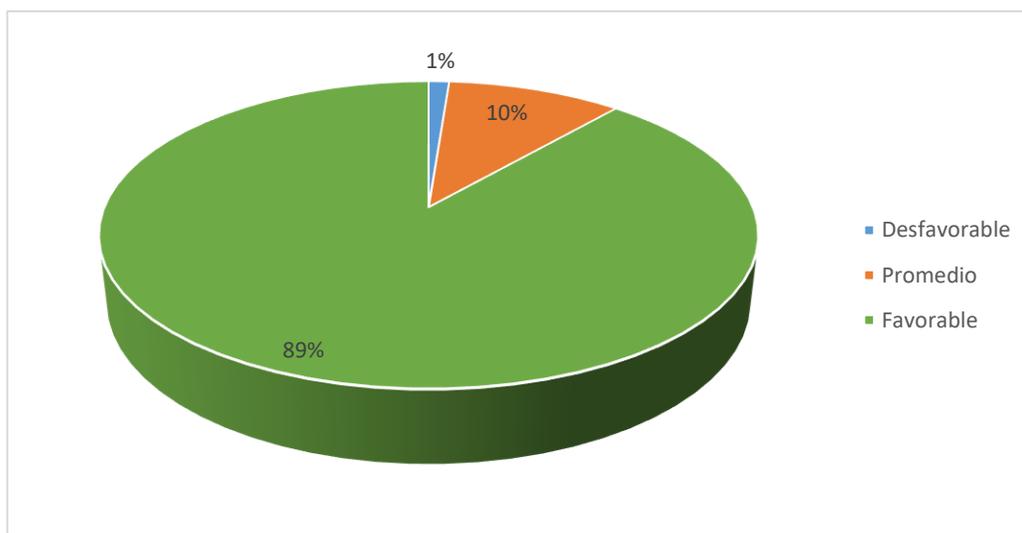
El procesamiento de datos se realizó con ayuda de Excel y Programa estadístico IBMSPSS versión 24. Los resultados se organizan y se resumen en tablas y gráficos estadísticos, los cuales se presentan a continuación:

**Tabla 5.**

*Entorno familiar en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018*

Nivel	Frecuencia	%
Desfavorable	3	1
Promedio	26	10
Favorable	227	89
Total	256	100

Fuente: Datos obtenidos de los test.



*Figura 5.* Entorno familiar en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2.

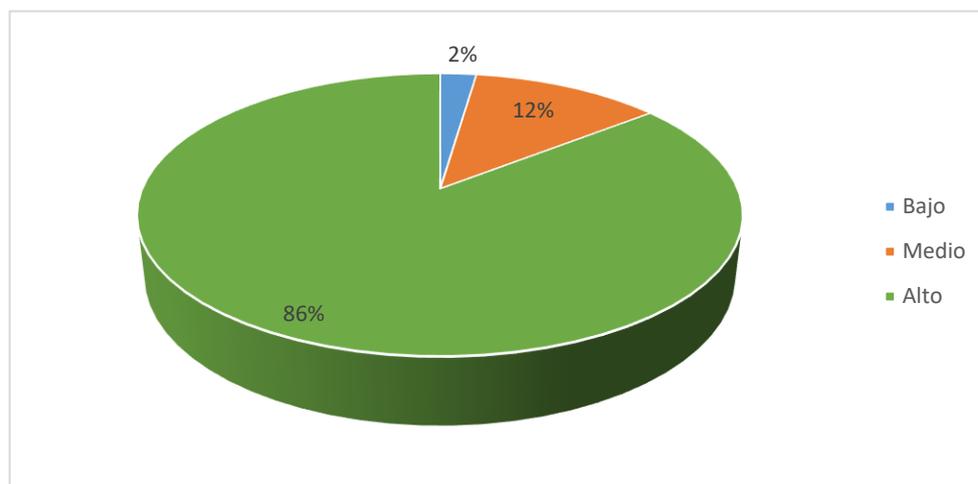
La Tabla 5, muestra la percepción de los estudiantes respecto su entorno familiar hacia uno mismo, se observa que en su mayoría perciben su entorno familiar como Favorable en un 89%, seguido del nivel Promedio con un 10%, finalmente, el nivel Desfavorable alcanza el 1% del grupo. Tal como se muestra en la Figura 2.

**Tabla 6.**

*Emprendimiento personal en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018*

Nivel	Frecuencia	%
Bajo	6	2
Medio	31	12
Alto	219	86
<b>Total</b>	<b>256</b>	<b>100</b>

Fuente: Datos obtenidos de los test.



*Figura 6.* Emprendimiento personal en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, 2018-2.

Según la Tabla 6, respecto al emprendimiento, los estudiantes de administración perciben en su mayoría su emprendimiento personal como Alto en un 86%, seguido del nivel Medio con un 12%, finalmente, el nivel Bajo en el 2%. Tal como se muestra en la figura 3.

**Tabla 7.**

*Correlación entre Entorno Familiar y Emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018*

Emprendimiento	Entorno Familiar	
	Correlación	0.605**
Probabilidad	.000	
Significancia	Significativo	

\*\*p< .01

Fuente: Datos obtenidos de los test.

En el análisis correlacional de Pearson, se obtiene una correlación Altamente Significativa ( $p<.01$ ) y directa entre el Entorno Familiar y el Emprendimiento, tal como se muestra en la Tabla 5.

**Tabla 8.**

*Correlación de los indicadores del Entorno Familiar y Emprendimiento en los estudiantes de la Escuela de Administración, UPAO, Trujillo, 2018*

Emprendimiento		Entorno Familiar		
		Autoestima	Valores	Resiliencia
<b>Asumir retos nuevos</b>	Correlación	0.466	0.299	0.444
	Sig.	.000**	.000**	.000**
<b>Innovación</b>	Correlación	0.485	0.399	0.536
	Sig.	.000**	.000**	.000**
<b>Generación de riquezas</b>	Correlación	0.523	0.39	0.524
	Sig.	.000**	.000**	.000**

\*\* p<.01

Fuente: Datos obtenidos de los test.

Según Tabla 8, en la correlación de los indicadores del Entorno Familiar y Emprendimiento en los estudiantes de la escuela de administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018; el indicador Asumir Retos Nuevos tiene una correlación altamente significativa ( $p<.01$ ) y directa con los indicadores Autoestima, Valores y Resiliencia. En cuanto al indicador Innovación tiene una correlación altamente significativa ( $p<.01$ ) y directa con los indicadores Autoestima, Valores y Resiliencia. Finalmente, el indicador Generación de Riquezas tiene una correlación altamente significativa ( $p<.01$ ) y directa con los indicadores Autoestima, Valores y Resiliencia.

## V. DISCUSIÓN

Los resultados que se muestran en la Tabla 5, evidencian que la mayoría de estudiantes manifiestan que las actitudes de sus familias hacia ellos con relación al emprendimiento personal, es favorable (89%), mientras que sólo el 1% de ellos consideran que las actitudes de sus familias para favorecer el emprendimiento personal son desfavorables. Lo cual nos manifiesta que las actitudes favorables de la familia son factores positivos para el emprendimiento personal, concordante con Edwin Javier Santamaría Freire y Fanny Paulina Pico, quienes en su trabajo “*Sucesión en las Empresas Familiares: Análisis de los factores estratégicos que influyen en la dinámica familia-empresa*” de 2015, concluyeron que las empresas familiares están ligadas al bienestar familiar, es decir, sino existe armonía en las decisiones de las empresas, éstas normalmente fracasaran.

Según la Tabla 6, respecto al emprendimiento, los estudiantes de administración en su mayoría (86%) manifiestan tener altas actitudes de emprendimiento personal, un 12% manifiestan que sus actitudes de emprendimiento personal están en un nivel medio, sólo un 2% de los estudiantes consideran que sus actitudes de emprendimiento personal se encuentran en nivel bajo.

Al correlacionar las dimensiones del entorno familiar y el emprendimiento personal, se observa que el indicador *Asumir retos nuevos* tiene una correlación altamente significativa ( $p < .01$ ) y directa con los indicadores *Autoestima*, *Valores* y *Resiliencia*. En cuanto al indicador *Innovación* tiene una correlación altamente significativa ( $p < .01$ ) y directa con los indicadores *Autoestima*, *Valores* y *Resiliencia*. Este resultado es concordante con la afirmación de la Dirección General de Política de la PYME y Secretaría General (2003) que manifiesta: “El espíritu emprendedor está estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción. Las personas dotadas de espíritu emprendedor poseen la capacidad de innovar; tienen voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente”. En efecto manifestaciones de un espíritu emprendedor impulsara aspectos tales como: la capacidad del individuo para tomar iniciativa en la creación de proyectos, el no darse por vencido y tomar iniciativa, está muy relacionado con los hallazgos que obtuvieron José Javier Artech Zubizarreta y Santiago Rementería Sanz (2012), autores del trabajo “*La empresa familiar y el emprendimiento*”, quienes concluyen que los emprendimientos familiares deben ir acompañados de creatividad e innovación. Resaltamos también que, el indicador *Generación*

*de riquezas* tiene una correlación altamente significativa ( $p<.01$ ) y directa con los indicadores *Autoestima*, *Valores* y *Resiliencia*, resultados que se muestran en la Tabla 6.

Para el análisis de correlación, se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, se obtuvo un  $p<0.01$ , es decir, entre el *Entorno familiar* y el *Emprendimiento personal*, existe correlación estadística altamente significativa y directa ( $r=0.605$ ), tal como se muestra en la Tabla 7. Estos resultados son concordantes con lo manifestado por Kantis (2004) “la familia, el sistema educativo, las empresas en las que trabajaron antes y los medios de comunicación deciden contextos específicamente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender”. Además, Álvaro Santamaría, Eider Moreno, Eliany Torres, Wilson Cadrazco, de la Universidad de sucre, Ecuador (2013), en su trabajo “*La Influencia de la familia en el emprendimiento empresarial, el caso de tres Pymes de los sectores comercial y de servicios de la Ciudad de Sincelejo*” determinaron que varios factores del emprendimiento empresarial están relacionados con la influencia de la familia.

## **VI. CONCLUSIONES**

- El entorno familiar de los estudiantes de administración es favorable al emprendimiento personal de ellos, en un 89%.
- El 86% de los estudiantes de administración poseen un nivel alto de actitudes de emprendimiento personal, sólo un 12% de ellos están en un nivel medio.
- La relación entre el entorno familiar y el emprendimiento personal, en los estudiantes de administración, es altamente significativa y directa, es decir, mientras más favorable sea el entorno familiar para el emprendimiento, los estudiantes tendrán más posibilidades para emprender.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- De carácter metodológico, se recomienda continuar con el estudio.
- La universidad debería dar charlas de capacitación a los padres de familia sobre temas de emprendimiento.
- Se debería desarrollar casos de éxito emprendedor dirigidos a los padres de familia y a los estudiantes con la finalidad de incentivarlos al emprendimiento.
- La universidad debería desarrollar los temas de Empresas Familiares. (Capacitaciones).
- La Universidad también le correspondería desplegar capacitaciones en valores para el emprendimiento.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agromonte, K y Vásquez, S. (2016). Clima social familiar y actitud emprendedora, en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Bagua”: Amazonas, Perú. Recuperado de <https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/r-Muro-investigaion/article/view/762/732>
- Amorós, J. E. (2011). *El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación desde el contexto Latinoamericano*. Revista Latinoamericana de Administración., 1-15.
- Angelelli, P. y Prats, J. (2005). Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y El Caribe. Sugerencias para la formulación de proyectos. Recuperado de <http://ww.iadb.org/>
- Anprotec, (2015b). Histórico do setor de incubacao de empresas no Brasil e no mundo. Recuperado de <http://anprotec.org.br/site/>
- Arteche, J. y Rementeria S. (2012). La empresa familiar y el emprendimiento. Boletín de Estudios económicos, Vol. LXVI, N°205, Abril, 2012, pp: 145-160. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3896884>
- Bartle, P. (1998). *Manual de Generación de Riqueza*. Colectivo de Potenciacion Comunitaria.
- Corporación Procasur (2015). Recuperado de [http://amerialatina.procasur.org/images/Taller\\_talentos/HVP\\_Marcia\\_Alanoca.pdf](http://amerialatina.procasur.org/images/Taller_talentos/HVP_Marcia_Alanoca.pdf)
- Bolivia Emprende (2014). Brasil, Colombia y Chile lideran impulsos para potenciar el emprendimiento y la innovación. Recuperado de <https://boliviaemprende.com/articulos/brasil-colombia-chile-lideran-impulsos-para-potenciar-el-emprendimiento-la-innovacion>
- Briascó, I. (2014). *El Desafío de emprender en el siglo XXI. Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Revista de Curriculum y Formación del Profesorado, (Vol.18.N°03.) 176 pp.
- Castillo, A. (2009). Como generar credibilidad cuando se inicia un emprendimiento. Recuperado de <http://lageneracion-e.blogspot.com/>

- CORFO. Cooperación de fomento de la producción. Recuperado de <https://www.corfo.cl/sites/cpp/home>
- Delval, J. (2007). Aspectos de la construcción del conocimiento sobre la sociedad. *Revista Educar*, Curitiba, n.30, p.45-64, Editora UFPR. Universidad Nacional de Educación a Distancia-Madrid España.
- Díaz, C. y Gibaja, E. (2018). La influencia de un proceso sucesión en la supervivencia de las MYPES familiares en la ciudad de Lima – Perú. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. <https://doi.org/10.19083/tesis/625597>. Recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625597/D%C3%ADaz\\_nc.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625597/D%C3%ADaz_nc.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- DG de Política de PYME y Secretaría General de Educación y Formación Profesional. (2003). El espíritu emprendedor: motor del futuro. Ministerio de Economía, Madrid. Recuperado de [https://www.oei.es/historico/etp/espiritu\\_emprendedor\\_motor\\_futuro\\_guia\\_profesor.pdf](https://www.oei.es/historico/etp/espiritu_emprendedor_motor_futuro_guia_profesor.pdf)
- Ellya, J. & Lanang, E. (2016). The Role of Marital Relation Strategies on Business Efficacy of Young Male Entrepreneurs with Spousal Involvement and Support as Mediators. Recuperado de [https://file.scirp.org/pdf/JSS\\_2016092114220850.pdf](https://file.scirp.org/pdf/JSS_2016092114220850.pdf)
- González, N., Valdés, J. y Zavala, Y. (2008) Resiliencia en Adolescentes Mexicanos. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, vol. 13 núm. 1 pp. 41-52 Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29213104>
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo Emprendedor*. América latina y la Experiencia Internacional. Washington, DC. IDB Book store. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, DC.
- Ministerio de la producción. (2017). PRODUCE, ENAHO. Recuperado de <https://www.produce.gob.pe/index.php/k2/noticias/item/977-produce-mas-de-un-millon-y-medio-de-padres-en-el-peru-lideran-un-emprendimiento-en-el-sector-mype>

- Orrego, C. (2009), Fenomenología y Emprendimiento. Revista Pensamiento & Gestión, p.26.-Barranquilla. Ed.Uninorte.
- PERUINCUBA (2006). Recuperado de [http://www.peruincuba.net/portal/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=1&Itemid=2](http://www.peruincuba.net/portal/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=1&Itemid=2)
- Robbins, P. & Decenso, A. (2009). Fundamentos de Administración, Conceptos esenciales y Aplicaciones. México. Ed: Pearson Prentice Hall.
- Santamaría, E. & Pico, F. (2015). *Sucesión en las Empresas Familiares: Análisis de los factores estratégicos que influyen en la dinámica familia-empresa*. Revista Politécnica, Vol.35, N°2-2015.
- Santamaría, E., Moreno, M., Torres, F. y Cadrazco, W. (2013). La influencia de la familia en el emprendimiento empresarial. El caso de tres pymes de los sectores comercial y de servicios de la ciudad de Sincelejo Sucre. Revista Pensamiento Gerencial, 1.
- Shapiro, A. & Sokol L. (1982). The Social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, (Eds), Encyclopaedia of entrepreneurship, 72-90.
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A. y Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor*, Perú 2016-2017. Esan Ediciones. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2017/global-entrepreneurship-monitor-peru-2016-2017/>
- Stoner, J., Freeman, R., y Gilbert, D. (1996). Administración. Sexta Edición. México, 1996.
- Toca, C. (2009). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a03.pdf>
- UTP. Escuela de postgrado. Recuperado de <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/4-tipos-de-innovacion-para-lograr-un-cambio-en-tu-empresa/>
- Vargas, G., (2007). Formación y Subjetividad, Colección “Filosofía y enseñanza de la Filosofía”, Bogotá: Universidad Pedagógica nacional.

## **ANEXOS**

## Anexo N° 1

### **Escala de Emprendimiento personal**

A continuación, se presentan varias frases que reflejan actitudes personales hacia el emprendimiento personal, al contestar analice cada enunciado uno por uno y recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas. Sea sincero al responder.

**1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo**

ITEMS	1	2	3	4	5
1. Me gusta experimentar cosas nuevas que me sirven para solucionar problemas.					
2. Me gusta aceptar riesgos que me ayuden a alcanzar el éxito.					
3. Tomo en cuenta al asumir un riesgo, la importancia entre el resultado, el éxito y las recompensas.					
4. Me agrada crear proyectos que tengan mayor impacto.					
5. No me doy por vencido fácilmente, trato de buscar una salida.					
6. Actúo anticipándome a los problemas.					
7. Tiendo a ver “nuevas maneras de hacer las cosas”					
8. Me gusta examinar las ventajas y desventajas sobre un proyecto empresarial.					
9. Considero importante tener capacidad de decisión sobre mis proyectos.					
10. Me gusta la idea de decidirme por crear mi propia empresa.					
11. Cuando estoy dedicado a una tarea, mantengo el esfuerzo y la concentración para lograr el éxito.					
12. Me gusta esforzarme para realizar un proyecto exitoso.					
13. Cuando pienso en mi proyecto, quiero realizarlo lo más rápido posible.					

## Anexo N° 2

### Escala de Entorno Familiar

A continuación, se presentan varias frases que reflejan actitudes de la familia hacia uno mismo, al contestar analice cada enunciado uno por uno y recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas. Sea sincero al responder.

**1=Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo**

ITEMS	1	2	3	4	5
1. Mi familia me anima a realizar las cosas por mí mismo.					
2. En mi entorno, actúan de manera independiente.					
3. Mi familia reconoce mis capacidades y de lo que soy capaz de hacer.					
4. Me enseñaron desde pequeño que cuando quiero conseguir algo, debo luchar por ello.					
5. Mi familia ha reconocido mis logros e iniciativas.					
6. Aprendí de mi familia, que cuando deseo el éxito debo empeñarme por conseguirlo.					
7. Mi familia es un claro ejemplo de que se debe cumplir con las obligaciones hasta el final.					
8. En mi familia se practica: “compromiso asumido, compromiso que debe cumplirse”.					
9. En mi entorno familiar aprendí que se asumen fracasos y se superan los contratiempos.					
10. Aprendo de mi entorno que debo adaptarme con flexibilidad a los cambios.					
11. En mi entorno familiar, frente a un problema, se nos ocurren varias alternativas para solucionarlo.					
12. Desde pequeño aprendí que un problema puede ser resuelto de varias maneras.					
13. Me enseñaron que ante las dificultades hay que permanecer tranquilo, para pensar bien en dar solución al problema.					

## Anexo N° 3

### ESCALA DE EMPRENDIMIENTO PERSONAL

#### 1. Descripción General

**Nombre:** “Escala de Emprendimiento Personal”

**Autor:** Juan Camino Garcés

**Administración:** Individual y Colectiva.

**Duración:** 5 minutos

**Aplicación:** Adolescentes y Adultos

**Significación:** Percepción del apoyo y enseñanzas de la familia.

**Tipificación:** Baremos en centiles y puntuaciones típicas en una muestra de la población general de adolescentes y adultos.

**Definición conceptual:** Es la actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos que le permite avanzar un paso más, e ir más allá de dónde ya ha llegado.

**Definición operacional:** Es la capacidad para iniciar nuevos retos, generar riquezas; y mostrar innovación

**Variables:** La escala de Emprendimiento Personal mide tres indicadores representados de la siguiente manera:

**ASUMIR RETOS NUEVOS:** El indicador Asumir retos nuevos hace referencia a la capacidad que tiene el individuo para asumir nuevas experiencias que le lleven a alcanzar el éxito, así como el riesgo que esto requiere, identificados en los ítems 1, 2 y 3.

**INNOVACIÓN:** El indicador innovación hace referencia a la capacidad del individuo para tomar la iniciativa en la creación de proyectos, el no darse por vencido y tomar la iniciativa, representados por los ítems 4, 5, 6, 7 y 8.

**GENERACIÓN DE RIQUEZAS:** El indicador Generación de riquezas, hace referencia a la capacidad del individuo para decidir por sus propios proyectos y ser persistente en el cumplimiento de las metas que uno se plantea, representados en los ítems 9, 10, 11, 12 y 13.

## **2. Normas para la utilización**

### **2.1. Normas generales**

Se entregará el protocolo de respuestas al sujeto o sujetos y se le leerá las instrucciones impresas al inicio de la escala: “A continuación, se presentan varias frases que reflejan actitudes personales hacia el emprendimiento personal, al contestar analice cada enunciado uno por uno y recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas. Sea sincero al responder.”

Después de haber dado la consigna se les dirá la forma como se llenará la prueba: “Después de leer cada afirmación deberá marcar con una X debajo del número que representa la respuesta que más se acomode a usted, siendo **1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo**”

### **2.2. Normas de corrección y puntuación**

Al inicio debemos cerciorarnos de que el material utilizado haya sido correctamente llenado y no se hayan producido errores al contestar (por ejemplo: marcar varias

alternativas de un mismo ítem, o haber dejado preguntas en blanco), en caso de que se encuentren estos errores, el evaluador deberá hacer las correcciones oportunas.

Para puntuar la prueba se dará el puntaje a cada ítem dependiendo del número debajo del cual haya marcado, siendo el menor puntaje 1 y el mayor 5 por cada ítem. Al final el individuo podrá obtener como mínimo un puntaje de 13 y un máximo de 65.

### 3. Justificación estadística:

Tabla 1

Confiabilidad de la Escala de Emprendimiento Personal

Utilización del alfa de Cronbach	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.903	13

Tras el análisis de confiabilidad con el coeficiente alfa de Cronbach, se determinó un cociente de .903 que significa que la prueba es altamente confiable.

Tabla 2

Validez de la Escala de Emprendimiento Personal

Utilización de la correlación Item-test mediante la correlación de Pearson

Nº de ítem	Correlación de Pearson
1	.677
2	.711
3	.714
4	.666
5	.688
6	.571
7	.708
8	.762
9	.747
10	.713
11	.697
12	.681
13	.530

En cuanto a la validez Item-Test se aprecian cocientes que tienen como valor mínimo .530 y como valor máximo .762.

Tabla 3

Prueba de Kolmogorov-Smirnov de la Escala de emprendimiento Personal

N	<b>256</b>	
	Media	53.12
<b>Parámetros normales<sup>ab</sup></b>	Desviación estándar	7.608
	Absoluta	.134
<b>Máximas diferencias extremas</b>	Positivo	.066
	Negativo	-.134
	<b>Estadístico de Prueba</b>	.134
<b>Sig. Asintótica (bilateral)</b>		>0.05

- a. La distribución de prueba es normal.
- b. Se calcula a partir de datos.
- c. Corrección de significación de Lilliefors.

En cuanto a la prueba de Kolmogorov-Smirnov se determinó un cociente de  $>0.05$  lo que significa que la prueba sigue una distribución normal.

## Anexo N° 4

### ESCALA DE ENTORNO FAMILIAR

#### 1. Descripción General

**Nombre:** “Escala de entorno Familiar”

**Autor:** Juan Camino Garcés

**Administración:** Individual y Colectiva.

**Duración:** 5 minutos

**Aplicación:** Adolescentes y Adultos

**Significación:** Percepción del apoyo y enseñanzas de la familia.

**Tipificación:** Baremos en centiles y puntuaciones típicas en una muestra de la población general de adolescentes y adultos.

**Definición conceptual:** Es el espacio donde suelen ocurrir un gran número de experiencias que indican vivencias íntimas y esenciales derivadas de la convivencia cotidiana con la familia.

**Definición operacional:** Es el espacio dónde los integrantes de la familia aprenden aspectos esenciales de convivencia como la autoestima, valores, resiliencia.

**Variables:** La escala de Entorno familiar mide tres indicadores representados de la siguiente manera:

**AUTOESTIMA:** El indicador autoestima hace referencia a la capacidad que ha tenido la familia para motivar en el individuo el desarrollo de la autonomía y motivación mediante el ejemplo y el reconocimiento de los logros y capacidades de los sujetos, así como el ser perseverante para lograr los objetivos, identificados en los ítems 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

**VALORES:** El indicador valores hace referencia a la influencia que ha tenido sobre el individuo para fomentar la responsabilidad en las tareas que desarrolla, así como en los compromisos que uno asume, representados por los ítems 7 y 8.

**RESILIENCIA:** El indicador resiliencia hace referencia a la influencia que la familia ha tenido sobre el individuo para la generación de mecanismos de superación de la adversidad y para la solución de problemas, representados en los ítems 9, 10, 11, 12 y 13.

## 2. Normas para la utilización

### 2.1. Normas generales

Se entregará el protocolo de respuestas al sujeto o sujetos y se le leerá las instrucciones impresas al inicio de la escala: “A continuación, se presentan varias frases que reflejan actitudes de la familia hacia uno mismo, al contestar analice cada enunciado uno por uno y recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas. Sea sincero al responder.”

Después de haber dado la consigna se les dirá la forma como se llenará la prueba: “Después de leer cada afirmación deberá marcar con una X debajo del número que representa la respuesta que más se acomode a usted, siendo **1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo**”

### 2.2. Normas de corrección y puntuación

Al inicio debemos cerciorarnos de que el material utilizado haya sido correctamente llenado y no se hayan producido errores al contestar (por ejemplo: marcar varias alternativas de un mismo ítem, o haber dejado preguntas en blanco), en caso de que se encuentren estos errores, el evaluador deberá hacer las correcciones oportunas.

Para puntuar la prueba se dará el puntaje a cada ítem dependiendo del número debajo del cual haya marcado, siendo el menor puntaje 1 y el mayor 5 por cada ítem. Al final el individuo podrá obtener como mínimo un puntaje de 13 y un máximo de 65.

## 3. Justificación estadística:

Tabla 1. Confiabilidad del instrumento, coeficiente Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
.889	13

Tras el análisis de confiabilidad con el coeficiente alfa de Cronbach, se determinó un cociente de .889 que significa que la prueba es confiable.

Tabla 2. Validez del instrumento, correlación Item-test por correlación de Pearson

Nº de ítem	Correlación de Pearson
1	.520
2	.555
3	.667
4	.714
5	.647
6	.718
7	.758
8	.666
9	.706
10	.575
11	.694
12	.653
13	.680

En cuanto a la validez Item-Test se aprecian cocientes que tienen como valor mínimo .520 y como valor máximo .758.

Tabla 3. Prueba de Kolmogorov-Smirnov

<b>N</b>	<b>256</b>
<b>Parámetros normales<sup>ab</sup></b>	
Media	54.34
Desviación estándar	7.161
<b>Máximas diferencias extremas</b>	
Absoluta	.096
Positivo	.068
Negativo	-.096
<b>Estadístico de Prueba</b>	.096
<b>Sig. Asintótica (bilateral)</b>	>0.05

- d. La distribución de prueba es normal.
- e. Se calcula a partir de datos.
- f. Corrección de significación de Lilliefors.

En cuanto a la prueba de Kolmogorov-Smirnov se determinó un cociente de  $>0.05$  lo que significa que la prueba sigue una distribución normal.