

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

FACULTAD DE MEDICINA HUMANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE PSICOLOGIA



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO(A) EN
PSICOLOGÍA**

“Emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología de último
año académico de una universidad privada de Trujillo, 2020”

Área de Investigación:
Ciencias Médicas – Psicología Organizacional

Autor(es):
Br. Palma Rafael, Wendy Jazmín
Br. Jaramillo Hilario, Valeria Nicole

Jurado Evaluador:
Presidente: Salinas Gamboa Diana Jacqueline
Secretario: Izquierdo Marín Sandra Sofia
Vocal: Sánchez Álvarez Edwar Isidro

Asesor:
Edmundo Arévalo Luna
Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8948-7449>
Trujillo – Perú
2022

Fecha de sustentación: 2022/11/22

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Emprendimiento Social Y Motivación de Logro En Estudiantes De Psicología De Último Año Académico De Una Universidad Privada De Trujillo, 2020”, con la finalidad de determinar la relación entre emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020 en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego para obtener el título de licenciada en Psicología.

Esperamos cumplir con los requisitos de aprobación.

Wendy Jazmín Palma Rafael
Valeria Nicole Jaramillo Hilario

DEDICATORIA

Quiero dedicar este estudio de investigación primeramente a mis padres, el señor Jorge Luis Palma Salazar y la señora Charito Rafael Culquichicón, quienes han estado en todo mi proceso de desarrollo profesional y personal para ser la calidad de persona que soy ahora, especialmente por la motivación emocional que me impulsó a seguir adelante y lograr mis objetivos en la vida, como éste y muchos más que están por venir. Le dedico también a mis tías, Ana María Rafael Culquichicón y Rocío del Pilar Rafael Culquichicón por haberme apoyado económicamente y poder culminar los diferentes ciclos de estudio, por el ejemplo de superación que vi en ellas y que hizo en mí un reto personal el lograr con éxito mi carrera profesional.

También quiero mencionar al señor Abraham Cedrón Culquichicón, mi tío que en vida fue una gran persona y muy especial para mí, por las enseñanzas y buenas lecciones en mi niñez, por el positivismo y alegría ante las dificultades de la juventud y buen humor para afrontar las experiencias de la vida.

Quiero dedicar este trabajo tan importante a mi compañero de vida y amigo Anderson Hugo Paredes Minchola, quien es único por su apoyo afectivo y comprensión en este proceso de estudio. Porque su amor, energía y visión fusionados a los míos son el motor y fuerza para terminar esta etapa gratificante y empezar a conquistar tiempos gloriosos de vida.

Wendy Jazmín Palma Rafael

Este trabajo se lo dedico a mis padres, el señor Jaramillo Tantaquispe William Alberto y la señora Hilario Alfaro, Doris Marleny, por ser ellos quienes me brindaron más de lo necesario para alcanzar esta primera meta, motivándome a luchar por mis anhelos y enseñándome a superar cualquier dificultad para conseguirlo. Más que el apoyo económico, valoro el apoyo moral y afectivo que nunca me ha faltado por parte de ellos. Porque fueron mis primeros fieles y leales amigos, mis consejeros de toda la vida, mis confidentes eternos, y porque son mi mayor motivación, con amor, se los dedico cada palabra, cada esfuerzo y cada detalle de este trabajo. Doy gracias a Dios por tenerlos conmigo.

También quiero agradecer especialmente a una persona que ya no está físicamente conmigo, pero que siempre vivirá en mi corazón, al señor Luis Henry Jaramillo Tantaquispe, mi tío, quien me motivaba para alcanzar mis metas y sueños, ante cualquier adversidad de la vida que se me pueda presentar.

Valeria Nicole Jaramillo Hilario

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestra casa de estudios y a su plana docente que nos enseñó a lo largo de nuestra vida universitaria por todos sus conocimientos y que a partir de sus experiencias y consejos han logrado que nosotras tengamos el deseo de aportar algo nuevo y positivo en las personas allegadas y de nuestra comunidad.

Agradecemos infinitamente a nuestro asesor Carlos Borrego Rosas, ya que fue quien hizo posible el cumplimiento de aquellos requisitos de nuestra tesis; el tiempo que nos confirió, las correcciones y sugerencias que nos hizo fueron indispensables para lograrlo.

También queremos agradecer a nuestras amistades de aula, porque nos hizo sentir calidez y calidad de la unión amical que se puede llegar a formar al compartir el mismo gusto académico como es estudiar psicología.

Finalmente, agradecemos a Dios, porque sin él nada de lo que conseguimos hubiese sido posible; la salud y todos los favores que nos concedió a lo largo de nuestras vidas, han sido vitales para cada logro.

Wendy Jazmín Palma Rafael
Valeria Nicole Jaramillo Hilario

ÍNDICE DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	6
ÍNDICE DE CONTENIDO	7
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPITULO I	12
MARCO METODOLÓGICO	13
1.1. EL PROBLEMA	13
1.1.1. Delimitación del problema	13
1.1.2. Formulación del problema	14
1.1.3. Justificación del estudio	15
1.1.4. Limitaciones	15
1.2. OBJETIVOS	16
1.2.1. Objetivos generales	16
1.2.2. Objetivos específicos	16
1.3. HIPÓTESIS	16
1.3.1. Hipótesis generales	16
1.3.2. Hipótesis específicas	16
1.4. VARIABLES E INDICADORES	17
1.5. DISEÑO DE EJECUCIÓN	18
1.5.1. Tipo de investigación	18
1.5.2. Diseño de investigación	18
1.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	19
1.6.1. Población	19
1.6.2. Muestra	19
1.6.3. Muestreo	21
1.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	21
1.8. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	22
1.9. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	23
CAPITULO II	24

MARCO REFERENCIAL TEÓRICO	25
2.1. Antecedentes	25
2.2. Marco teórico	27
2.3. Marco conceptual	39
CAPITULO III	41
RESULTADOS	42
3.1. Análisis de los resultados para las hipótesis	42
3.1.1. Análisis de correlación Rho de Spearman	42
CAPITULO IV	46
ANÁLISIS DE RESULTADOS	47
CAPITULO V	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
CAPITULO VI	54
REFERENCIAS Y ANEXOS	55
7.1. Referencias	55
7.2. Anexos	61

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Género de la muestra.....	18
Tabla 2. Tamaño muestral de los estudiantes según el ciclo académico.....	18
Tabla 3. Tamaño muestras de los estudiantes según el rango de edades.....	18
Tabla 4. Nivel de emprendimiento social en los grupos de la muestra según dimensiones y escala general.....	34
Tabla 5. Nivel de motivación de logro en los grupos de la muestra según dimensiones y escala general.....	35
Tabla 6. Análisis correlacional Rho de Spearman entre la emprendimiento social y motivación de logro.....	35
Tabla 7. Análisis correlacional entre la dimensión pasión hacia el emprendimiento con las dimensiones de la motivación de logro.....	36
Tabla 8. Análisis correlacional entre la dimensión orientación hacia la sustentabilidad con las dimensiones de la motivación de logro.....	36
Tabla 9. Análisis correlacional entre la dimensión orientación hacia la sustentabilidad con las dimensiones de la motivación de logro.....	37

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Emprendimiento social y Motivación de logro en estudiantes De Psicología De Último Año Académico De Una Universidad Privada De Trujillo, 2020” tuvo como objetivo determinar la relación entre el emprendimiento social y la motivación de logro en estudiantes de psicología del último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020. El tipo de investigación fue sustantiva o básica con diseño correlacional. Se trabajó con una población constituida por 101 estudiantes matriculados durante el semestre 2020-II, del Programa de Psicología, quienes fueron elegidos mediante el muestreo por conveniencia. Para la recolección de los datos se utilizó los Test de Evaluación de Emprendimiento Social, y de Motivación de Logro. Los resultados reflejaron que, a nivel general, no existía relación significativa entre las variables; no obstante, a nivel de dimensiones, los pensamientos orientados al logro, obtuvieron relaciones positivas y significativas con las tres dimensiones de la variable emprendimiento social.

Palabras clave: Emprendimiento social, motivación de logro, universitarios

ABSTRACT

The present investigation entitled: "Social Entrepreneurship And Achievement Motivation In Psychology Students In The Last Academic Year Of A Private University Of Trujillo, 2020" aims to determine the relationship between social entrepreneurship and achievement motivation in psychology students in the last academic year. of a Private University of Trujillo, 2020. The type of research is correlational with a non-experimental design, we worked with a population made up of students enrolled during the 2020-II semester, the sample was made up of 101 students from the aforementioned career, who were chosen through convenience sampling. For data collection, the Social Entrepreneurship Evaluation Test and Achievement Motivation were used. The results show that, at a general level, there is no significant relationship between the variables; however, at the dimension level, achievement-oriented thoughts obtained positive and significant relationships with the three dimensions of the social entrepreneurship variable.

Keywords: Social entrepreneurship, achievement motivation, university students

CAPITULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. EL PROBLEMA

1.1.1. Delimitación del problema

Actualmente, el tema del emprendimiento es visto como una medida de solución para el desarrollo frente a las necesidades de crecimiento de microempresas, medianas empresas y la innovación de las mismas. Es por ello que se considera al emprendimiento como toda una tendencia mundial debido que con el transcurrir del tiempo ha aportado al crecimiento y desarrollo empresarial.

En el Perú, hace más de una década que la mortalidad de empresas es elevada. Pérez (2009); este autor calculó la permanencia y la mortalidad de aquellas pequeñas y formales empresas que fueron creadas por jóvenes entre los 18 y 30 años, comprende el 21% por la percepción de un negocio poco rentable, el 10% por una excesiva competencia, el 13% mantiene demanda baja, el 13% es por falta de financiamiento y 43% debido a falta de tiempo u otras prioridades.

Luego de 10 años, el índice de decesos de empresas peruanas a nivel de El Caribe y América Latina aumentó de 5.1% hasta 6.7% entre el 2011 - 2012. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) citado por Amorós (2011) da a conocer que el déficit de la rentabilidad y las razones personales, son motivos de cese en los emprendimientos o negocios.

El emprendimiento y las actividades que involucran a este, se están incrementando y es de vital importancia los nuevos aspectos de la economía, la necesidad en la creación de un empleo estable resalta al emprendedurismo y motivación como estrategia en la región y país.

Por lo tanto, los requerimientos empresariales actualmente están exigiendo que el profesional tenga capacidades, actitudes y comportamientos desarrolladas los cuales son sumamente importantes y se pueda llegar a emprender. Así mismo, las actividades empresariales tengan un alto valor y sea reconocido como el medio que incrementa los ingresos y oportunidades. Es por ello que el individuo tiene una postura y visión positiva acerca de sus propias capacidades y aptitudes para conseguir emprender su empresa.

Por otra parte, la motivación es un tema que nace a raíz de una incertidumbre investigativa acerca de los niveles de logro en el ámbito del emprendimiento, educación y cultura, esto impacta en la realidad de los adultos y jóvenes del país y que se podría

mejorar fortaleciendo los lazos entre las entidades públicas y privadas que por medio de programas y capacitaciones atienden necesidades como el derecho el empleo y la educación.

La motivación y el deseo por emprender son razones influyentes para el emprendimiento, a nivel de Perú el 77.7% de los peruanos tienen conocimiento suficiente para empezar en la creación de una empresa; por otro lado, los expertos en el tema opinan que los peruanos no están preparados para iniciar la creación de su empresa ni administrarla, un punto de vista que puede corroborarse en los porcentajes de empresas concretadas en nuestro país y que demuestran la necesidad de asesoría y capacitación. El índice de discontinuación de empresas a lo largo de los años 2016- 2017 es de un 6.1%, es altamente significativa en el Perú (Amorós, 2011).

Aun cuando estamos en una época compleja de incertidumbres políticas, económicas, laborales, sin embargo, queda demostrado que el desarrollo social especialmente de los jóvenes debe de orientarse a mejorar y crecer tanto personalmente como también en sus condiciones de vida y eso supone la necesidad de generar su propio emprendimiento. Toda vez que la ciencia psicológica ha demostrado en estos últimos 20 años que es fundamental en el cambio de actitudes, estilos de vida de toda la población

Esa podría ser la causa fundamental de nuestro interés por investigar el gran volumen de estudiantes universitarios de psicología y que esa masa laboral debe de apuntar hacia una búsqueda de emprendimiento, creando sus propias instituciones, sus propias consultorías para brindar y ofrecer bienestar y calidad de vida a distintas instituciones.

Existe en la actualidad una tendencia marcada de no estudiar una carrera para ir hacer obrero o trabajador de alguna organización estatal o privado, sino una tendencia marcada la motivación de los estudiantes por generar sus propios recursos y por ello en este trabajo intentamos verificar si el emprendimiento está vinculado a la motivación intrínseca o extrínseca de los sujetos de estudio.

Por esas razones en este trabajo intentamos develar si el emprendimiento se asocia a la motivación de los estudiantes sujetos de estudio.

1.1.2. Formulación del problema

¿Qué tipo de relación existe entre el emprendimiento social y la motivación de logro en estudiantes de psicología del último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020?

1.1.3. Justificación del estudio

Desde el plano teórico, este trabajo aportará a una mejor información actualizada sobre los temas de estudio; aborda las actitudes que conlleva a la capacidad de desarrollar una vocación empresarial y traer consigo el emprendimiento en los estudiantes, por ello, la expectativa es brindar datos e información a posteriores investigaciones que guarden relación con las variables y a su vez la universidad pueda tomar esta información con el objetivo de desarrollar programas para promover actitudes de emprendimiento en los egresantes.

En el plano práctico, los resultados servirán de base para generar desarrollo de programas preventivos y promocionales a través de talleres enfocados a incentivar la motivación para la adquisición de actitudes y cualidades emprendedoras permitiendo construir un perfil emprendedor.

En cuanto a la utilidad metodológica, este estudio es válido porque se sustenta en base al uso de pruebas psicométricas que presenta sus propiedades de validez y confiabilidad; brindando a la universidad pruebas fiables para su aplicación futura dentro de su plantel.

Haciendo énfasis en la relevancia social, servirá a la población para verificar la importancia de la motivación de logro y el emprendimiento social que poseen los jóvenes actualmente, haciendo que se vean impulsados a generar su propio negocio y puedan competir dentro del mercado laboral.

1.1.4. Limitaciones

- Los resultados de este trabajo, deberá considerarse con cuidado y siempre cuando las poblaciones posean características idénticas a los sujetos de este trabajo

- Las variables estudiadas se sustentan las teorías en los autores de los instrumentos utilizados; la teoría motivacional de Mc Clelland y al modelo de emprendimiento de Shapero y Varela.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivos generales

Determinar la relación entre emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación entre la dimensión pasión hacia el emprendimiento con las dimensiones de la motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo,2020.
- Identificar la relación entre la dimensión orientación hacia la sustentabilidad con las dimensiones de la motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo,2020.
- Determinar la relación entre la dimensión identificación de oportunidades con las dimensiones de la motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

1.3. HIPÓTESIS

1.3.1. Hipótesis generales

Hi: Existe relación significativa entre emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

Ho: No existe relación significativa entre emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

1.3.2. Hipótesis específicas

H1: Existe correlación entre pasión hacia el emprendimiento y las dimensiones de motivación de logro en alumnos de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

H2: Existe correlación entre orientación hacia la sustentabilidad y las dimensiones de la motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

H3: Existe relación entre identificación de oportunidades y las dimensiones de la motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

1.4. VARIABLES E INDICADORES

Variable estudio 1: Emprendimiento social; que será evaluado a través el inventario de emprendimiento, con las siguientes dimensiones:

- Pasión hacia el emprendimiento
- Orientación hacia la sustentabilidad
- Identificación de oportunidades

Los indicadores son:

- Apego hacia la actividad
- Pasión armoniosa
- Dedicación hacia el emprendimiento
- Conducta pro ecológica
- Frugalidad
- Altruismo
- Equidad
- Ítems del cuestionario

Variable de estudio 2: Motivación de logro

Las dimensiones son:

- Acciones orientadas al logro
- Pensamientos orientados al logro

Loa indicadores son:

- Positivos y negativos
- Positivos

1.5. DISEÑO DE EJECUCIÓN

1.5.1. Tipo de investigación

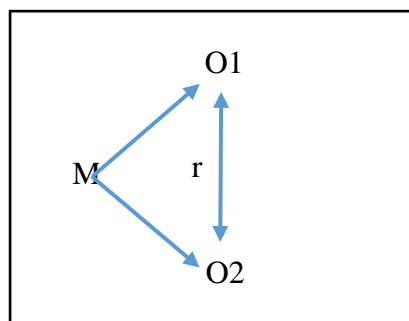
Este trabajo, corresponde al enfoque cuantitativa, según el objeto es sustantiva, Fideas G. Arias (2012), toda vez que se recolecta datos directos de los participantes, sin manipular ninguna variable en cuestión.

El nivel de investigación es correlacional ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2003) manifiesta que la investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene como propósito calcular la relación que existe entre dos o más variables. Estos miden el valor de correlación entre estas dos variables.

1.5.2. Diseño de investigación

Según Hernández S., Fernandez.C, Baptista.P, (2003), existe el diseño no experimental y lo precisa como aquella exploración que se lleva a cabo sin usar las variables y en donde únicamente se limita a observar los anómalos del medio para luego estudiarlos. Asimismo, expresa que este diseño enfocándolo en el tiempo que se recolectaron los datos, es colateral, debido que cuando juntamos los datos para la investigación se da en un solo momento.

A continuación, esquematizamos el diseño de investigación a realizar:



Donde:

M: Muestra de los estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo.

O1: Emprendimiento social.

O2: Motivación de logro.

r: Correlación entre las variables.

1.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

1.6.1. Población

La población de estudio lo conformaron 115 sujetos entre varones y mujeres del IX y X ciclos respectivamente; quienes se hallan matriculados en el semestre académico 2020-2, y que asistían regularmente a sus clases virtuales; todos ellos de la Universidad Privada de Trujillo.

El estudio consistió en aplicar un test y encuesta a los sujetos de la muestra por eso que se envió la encuesta mediante la herramienta Google Forms a través de la plataforma virtual zoom, con la ayuda de los delegados del ciclo correspondiente y docentes de los ciclos anteriormente mencionados.

1.6.2. Muestra

Para este estudio se utilizó una muestra no probabilística, que estuvo sujeto a un criterio determinado de los investigadores. La muestra final estuvo compuesta por 101 estudiantes de psicología.

Tabla 1

Distribución muestral de los sujetos según factor el género

		f	%
Género	Varón	30	29,7%
	Mujer	71	70,3%
	Total	101	100%

Nota: Datos alcanzados por el Programa de Psicología

La muestra de alumnos indico un mayor volumen conformado por mujeres, los cuales constituyen el 70,3% de la muestra total. Esta cantidad elevada de mujeres es característica del programa de psicología.

Seguidamente, el resultado de pertenencia de los alumnos a los diferentes ciclos académicos brindó la siguiente información, contenida en la tabla 2:

Tabla 2*Tamaño de la muestra de estudio según el factor ciclo académico*

		f	%
Ciclos de estudio	Ciclo IX	85	84,2%
	Ciclo X	16	15,8%
	Total	101	100%

Fuente: Datos alcanzados en el estudio

Es por ello que, se tomó un total heterogéneo el semestre, donde los participantes dieron su consentimiento de forma voluntaria para contestar los cuestionarios, en el periodo 2020-20.

Tabla 3*Distribución de los estudiantes según el rango de edades*

		f	%
Años	20	1	1%
	21	21	20,8%
	22	24	23,8%
	23	19	18,8%
	24	9	8,9%
	25	13	12,9%
	26	7	6,9%
	27	1	1%
	28	3	3%
	30	2	2%
	33	1	1%
	Total	101	100%

Fuente: Datos alcanzados en el estudio

Se interpreta en la tabla de distribución muestral, es casi homogénea en los rangos de edades de 26 a 30 años, hallándose un mayor volumen entre las edades de 21 a 23 años.

1.6.3. Muestreo

Para Kinnear. C, Taylor R, (1998), un muestreo no probabilístico es la elección de elementos y se centra principalmente en el criterio del investigador. Centralmente de los no probabilísticos incluye la muestra por conveniencia, la cual se seleccionan de acuerdo a la facilidad de acceder a los sujetos para el investigador. Dicho tipo de muestreo se realizó en el presente estudio.

1.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Evaluación psicométrica

Un test psicométrico es aquel procedimiento que se encuentra estandarizado y está conformado por ítems o enunciados seleccionados y precisamente organizados, realizados para generar en el participante algunas reacciones o conductas registrables; en cuanto a su dificultad, forma, duración, significado y expresión (Rey, 1973, citado en Tovar, 2007).

Instrumentos:

1. Para la evaluación de la variable 1: Test de Emprendimiento Social

Ficha técnica:

Nombre: Test de emprendimiento social

Autor: Jaime Ricardo Valenzuela González, May Portuguese Castro, y Claudia Navarro Corona (2018)

Administración: Colectiva o individual

Duración: No hay límite de tiempo

Descripción:

Este instrumento presenta el modelo de Likert, conformada por 30 ítems o enunciados que están distribuidos en 8 subescalas, y están relacionadas con 3 dimensiones referentes al emprendimiento social: la primera es pasión hacia el emprendimiento (abarca 12 enunciados), segunda dimensión de orientación y la sustentabilidad identificación de oportunidades (abarca 14 enunciados) e (contiene 3 enunciados y una pregunta abierta). El puntaje a cada enunciado va desde: siempre (equivale un puntaje de 5); casi siempre (equivale un puntaje de 4); algunas veces (equivale un puntaje de 3); casi

nunca (equivale un puntaje de 2) y nunca (equivale un puntaje de 1). El puntaje mínimo general es de 30 puntos y el máximo es de 155 puntos. **(Ver anexo 1)**

La validez del instrumento se realizó con diversas revisiones de información, y se halló diferentes pruebas e instrumentos que miden dimensiones y subescalas concernientes al emprendimiento social. Luego de esta revisión de información se seleccionó los reactivos que se usarían en la prueba piloto. El grado de confiabilidad de la prueba piloto se precisó el uso del índice Alfa de Cronbach, el cual se obtuvo un resultado de 0.945. Dicho resultado tiene un valor adecuado porque es mayor a 0.7, esto muestra consistencia que tiene el instrumento (Colton, 2007). **(Ver anexo 2 y 3)**

2. Para la evaluación de la variable 2: Test de Motivación de Logro

Ficha técnica:

Nombre: Test de motivación de logro académico.

Autor: Gaby Thornberry Noriega (2002)

Administración: Colectiva o individual

Duración: No hay límite de tiempo

Aplicación: Dirigido a estudiantes a partir de los 13 años

Descripción:

El test está formado por una escala tipo Likert, conformada por 33 enunciados o ítems repartidos en 2 dimensiones pertenecientes a la motivación de logro: la primera dimensión es: acciones orientadas al logro y la segunda denominada pensamientos orientados al logro. El puntaje a cada enunciado va desde: un puntaje alto que refleja una motivación de logro académico alto y también un nivel de deseabilidad social. Los puntajes que sean mayores de 8 en la escala de deseabilidad social indican que se debe de invalidar la prueba y este instrumento consta de respuestas con alternativas de “siempre”, “a veces” y “nunca”. **(Ver anexo 4)**

Se halló coeficientes de confiabilidad Alpha altos de 0.82 para ambas escalas, mientras que los resultados de consistencia interna son menores para los dos factores de la escala de motivación ($F1 = .79$, y $F3 = .66$). **(Ver anexos 5 y 6)**

1.8. Procedimiento de recolección de datos

Se realizó una carta de solicitud dirigida a la directora de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Privada Antenor Orrego para la aplicación de los

instrumentos a los estudiantes participantes del programa de estudios del semestre 2020-2. (**Ver anexo 7**)

Se redactó el consentimiento informado dirigido a los participantes de nuestra investigación para formar parte del presente estudio. (**Ver anexo 8**)

Se coordinó con distintos profesores a cargo de la enseñanza de noveno y décimo ciclo académico, para la aplicación de los instrumentos realizados en Google Forms durante los primeros 15 a 20 minutos del inicio de su clase.

1.9. Análisis estadístico

El proceso comenzó con la recolección de datos de los participantes mediante el formulario de Google Forms, administrando todos los datos en bruto. Luego, se llevó a cabo la depuración de la información en la base de datos de un formulario Excel, para luego procesarlo al software SPSS Vs 25.

Para la conversión de las puntuaciones de la prueba de Emprendimiento social, se tomó en cuenta el manual correspondiente. Los puntajes directos pasan a su respectiva operación siguiente: $PE = (\text{total}/60) * 30\%$, $OS = (\text{total}/80) * 50\%$ y $IO = (\text{total}/25) * 20\%$. Los resultados por cada dimensión se suman para obtener la puntuación global de la prueba denominado “Potencial de emprendimiento social” = $PE + OS + IO$.

Para la conversión de las puntuaciones de la prueba motivación de logro, se tomó en cuenta el manual del test. Por otro lado, en la investigación de Thornberry, se especificó 2 subescalas y 3 factores, pero en su aplicación en universitarios arequipeños se alcanzó a 2 subescalas: que fueron deseabilidad social y motivación, pero con solo 2 factores.

Una vez realizada la prueba de normalidad de los datos, se pudo verificar que siguen una distribución no normal, por lo que fue conveniente ejecutar los análisis estadísticos mediante la prueba de Rho de Spearman. (**Ver anexo 9**)

CAPITULO

II

MARCO REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Antecedentes

A nivel internacional, se hallaron los siguientes estudios:

Calero et. al (2020) investigaron acerca de la motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios: Caso Universidad Técnica de Manabí” en Ecuador. Trabajaron con 27 diferentes escuelas profesionales y la muestra fue de 383 encuestados. Tuvo por objetivo analizar el grado de motivación de los estudiantes en dicho estudio y es un tipo de investigación exploratoria – descriptiva. El instrumento utilizado fue un cuestionario de autoría propia de los mismos investigadores, este estuvo conformada por 3 categorías divididas con sus secciones: en la categoría 1 se encuentran las características personales, conformada por 37 ítems. En la categoría 2 se encuentran las características sociales, conformada por 26 ítems y en la categoría 3 referente de un carácter innovador, constituida por 33 ítems. Este cuestionario estuvo conformado por 96 ítems en total y con los niveles de medición de 1 que significa muy en desacuerdo, 2 estas en desacuerdo, 3 ser indiferente, 4 estar de acuerdo y 5 estar muy de acuerdo. Se obtuvo como resultados que la mayoría de estudiantes se encuentran motivados al emprendimiento e innovación, tienen iniciativa por hacer nuevas cosas, buscar nuevas oportunidades y de crear algo innovador porque consideran que el conocimiento de los negocios es fundamental para emprender.

Sánchez et. al (2021) Realizó su investigación denominada “Las motivaciones de jóvenes universitarios para emprender en el marco del proyecto piloto SIEM” que tuvo por objetivo, analizar las motivaciones principales que impulsan a los jóvenes universitarios a emprender. Dicho estudio fue de tipo descriptivo de corte transversal. Su investigación se conformó por una población de emprendedores que cursaban distintas carreras universitarias de la UTM. La muestra encuestada fue de 28 participantes de los 19 proyectos de emprendimiento que se presentaron. El instrumento que se utilizó fue una encuesta de autoría propia del autor, donde se dividió en dos partes; la primera se solicitaba a los participantes sus datos generales y en la segunda parte abarcaba interrogantes acerca de su emprendimiento específicamente. Se obtuvieron los siguientes resultados: lo principal es el deseo que tienen de aprovechar sus conocimientos y talento con 25%, para el 21.4 % les impulsa su deseo de innovar, el 17.8% su principal

motivación, es la necesidad de logro. Se puede apreciar que el aspecto económico con un 89% que no es la principal motivación.

Antecedentes nacionales

Machaca et. al (2021) En su investigación “Motivación y emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios”, tuvo como objetivo conocer el grado de incidencia entre la motivación y emprendimiento empresarial de estudiantes universitarios de la región Puno, su tipo de investigación fue descriptivo-correlacional. Su población fue conformada por 950 estudiantes puneños y su muestra de 213 de los mismos. Los instrumentos de esta investigación fueron una encuesta de motivación y el cuestionario de emprendimiento elaborado por los mismos autores. Obtuvieron como resultado lo siguiente, que el 62.9% representa la motivación favorable de los estudiantes universitarios, sin embargo, con menor incidencia de 45.5% es el nivel de emprendimiento. Por lo tanto, se confirma la incidencia directa de la motivación en el emprendimiento empresarial de los estudiantes universitarios de Administración de Puno.

Garrido (2018), realizó su investigación titulada “Motivación y emprendedurismo de peruanos retornantes y familiares del exterior: región Ancash - Perú - 2017”, que tuvo por objetivo determinar la relación entre la motivación y emprendedurismo de peruanos retornantes y familiares del exterior. Esta investigación fue de corte transversal correlacional, para lo cual estuvo conformada por una población de 60 migrantes, con una muestra de 15 colaboradores migrantes. A quienes se les administró el cuestionario de motivación y emprendedurismo y guía de observación, propias del autor. Encontrando la existencia de relación significativa entre la motivación y el emprendedurismo de peruanos y familiares del exterior región Ancash – Perú - 2017; por ser el coeficiente de correlación de -0,324, por lo tanto, con una ($p < 0,05$), rechazando la hipótesis nula, llegando así a la conclusión que los peruanos retornantes y familiares del exterior: Región Ancash – Perú 2017 tienen una motivación baja y con un nivel de emprendimiento en proceso.

Antecedentes locales

Diego y Velásquez (2021) En su investigación “Perfil de emprendimiento y la actitud emprendedora de administración de los estudiantes de UPAO campus Trujillo 2021” que tuvo por objetivo establecer la relación entre el perfil de emprendimiento y la actitud emprendedora de estudiantes de administración, su tipo de investigación fue correlacional. Su población estuvo conformada por 843 alumnos trujillanos y su muestra

compuesta por 256 alumnos. El instrumento de investigación fue un cuestionario con 5 escalas: totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo y con un puntaje de 5 a 1, de forma descendente. Obtuvieron como resultado en relación al perfil de emprendimiento, que el 85.94% de los alumnos tienen un nivel alto y el 14.06% presentan nivel medio. En relación a la actitud emprendedora, el 91.80% tienen un nivel alto y el 8.20% tienen nivel medio. Se confirma la hipótesis al existir relación significativa entre el perfil de emprendimiento y las dimensiones cognitiva, afectiva y conativa de la actitud emprendedora en los estudiantes de administración de UPAO Trujillo-2021.

Camino (2019) realizó una indagación titulada “Relación entre Entorno Familiar y Emprendimiento de los estudiantes de la Escuela de Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, 2018-II”, que tuvo por objetivo determinar la relación entre el entorno familiar y el emprendimiento. En este trabajo de investigación se empleó un método descriptivo – correlacional, donde la población se conformó por 1257 alumnos trujillanos de ambos sexos y la muestra evaluada fue de 256 estudiantes de la carrera de Administración y a quienes se les administró las escalas de emprendimiento personal y de entorno familiar.

El autor obtuvo el siguiente resultado: la mayoría de los estudiantes (89%) aprecian que su entorno familiar es favorable, el 10% a nivel promedio; y la minoría (1%) revela un nivel desfavorable. En cuanto al emprendimiento personal el 86%, señalan que existe un nivel medio; en tanto que al 12%, le aparecen niveles bajos. La correlación entre las variables del entorno familiar con el emprendimiento tiene una relación significativamente alta de ($p > .01$) concluyendo que el clima familiar de los jóvenes es propicio para su emprendimiento; y el 50% consideran que es muy bueno en las actitudes del emprendimiento personal. Asimismo, la correlación de las variables de estudio es directa y significativamente alta, por lo tanto, si el ambiente familiar es favorable contarán con mayor posibilidad de emprender.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Abordaje de emprendimiento

Se debe considerar la importancia de conocer acerca de la definición de emprendimiento para saber diferenciarlo del emprendimiento social, porque están relacionadas, sin embargo, la finalidad de su objetivo es distinto. Según la RAE

significa “dar inicio una obra o emprendimiento especialmente si encierran dificultad o peligro”.

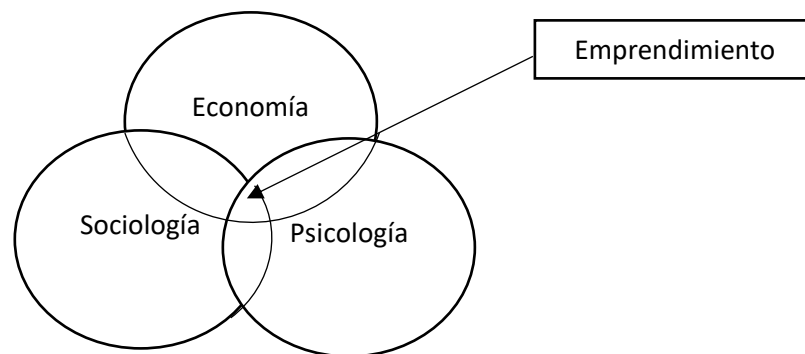
“El emprendimiento es realizar cosas nuevas y mejores. Es llamado para realizar decisiones en un ambiente de incertidumbre.

En el caso que no haya incertidumbre durante el proceso de emprendimiento, los resultados serán predecibles, entonces se puede concluir que no está del todo inmerso o involucrado el emprendimiento”. (McClelland, s/f, citado por Quispe, 2018, p.11).

Sánchez M. y Rodríguez P. (2015) realizaron un estudio bibliográfico sobre el emprendimiento, donde manifiestan que dicha variable está ubicada en la intersección de tres perspectivas:

Figura 1

Perspectiva del emprendimiento



Fuente: Sánchez, 2011

En una perspectiva económica, la investigación que se realizó el autor hace referencia a la pequeña empresa, mediana y gran empresa, así también, el crecimiento económico y empleo. (Méndez, Quintanilla y Sánchez, 2018).

Conocer el mercado competitivo, facilita la identificación de nuevas oportunidades, las formas de atención y dificultades latentes en los consumidores, además frente un alto nivel de conciencia pública se logrará una mejor visión, actividad y trabajo (Boubi, 2015, citado por Méndez, Quintanilla y Sánchez, 2018).

En el punto de vista sociológico, está orientado en la forma de superar la adversidad social y el logro de un beneficio de un grupo de individuos. (Bargsted, 2013).

Desde el punto de vista psicológico, Bonilla (2011) expone que existen procesos básicos y primordiales desde el inicio de un emprendimiento como la percepción, emoción, motivación, atribución y autoeficacia.

La percepción es entendida aquello que miramos en la realidad, es la visión influyente en la forma de como apreciamos las variables que decidimos prestar atención. Una buena visión indica una autoeficacia alta que permite identificar toda demanda y necesidades de nuevos servicios, productos, predecir su evolución y proceso de negocio (Gimeno, 1997, citado por Bonilla, 2011).

Las emociones, son influyentes al momento de tomar decisiones y ejecutar juicios, si se genera independencia emocional se tendrá alta eficacia y éxito, aquellas emociones positivas generan consecuencias beneficiosas en las personas, más optimismo en las actividades; por otro lado, las emociones negativas generan en el emprendedor que no se detenga a evaluar las alternativas u opciones potenciales, generando que tome decisiones apresuradas, la falta de información, es influencia por su intuición. Todas aquellas emociones negativas por producidas por un comportamiento evitativo. (Bonilla, 2011).

La motivación, es un proceso tedioso que surge desde lo más interno de querer ser su propio jefe, conectarse, ser autónomo y competente, así también como la motivación externa inicia del poder y el dinero; por ejemplo, los emprendedores sociales no existen recompensa más que la gratificación personal (Deci, 1975, citado por Bonilla, 2011).

Las metas es lo que se espera en el futuro y ayuda a no desmotivarse, estas fortalecen el proceso de transformarse en acciones, porque adelantan el comportamiento de la persona; su principal función es la persistencia y la dirección. Junto con la autoeficacia su objetivo es conseguir las metas establecidas (Bonilla, 2011).

Bargsted, (2013) hace mención de tres aspectos fundamentales para el emprendimiento, como el riesgo, que involucra nuevas acciones y desafíos antes de un éxito seguro. La innovación el inicio de un mercado nuevo y la accesibilidad de nuevas fuentes de materia prima. El ultimo componente basado en la proactividad, como la tendencia de iniciar y mantener acciones que tengan efectos en el entorno.

2.3. Empresario o emprendedor

Es la persona que desea empezar en el mundo empresarial y de negocios.

De acuerdo al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, RAE (2006) indica los siguientes conceptos:

Emprendedor: Persona que decide emprender mediante acciones ante situaciones difíciles.

Empresario: Es el propietario de una empresa o negocio.

Ante estas importantes diferencias entre ambos términos, los emprendedores que inician acciones innovadoras pueden decir: Los empresarios están estrechamente asociados con las corporaciones en su función de propietarios, accionistas o directores.

Un emprendedor es alguien que identifica una oportunidad y coordina y organiza los recursos necesarios para ejecutarla. Un emprendedor es alguien que toma la iniciativa y se arriesga para crear un negocio, establece objetivos, los organiza y los dirige para lograr esos objetivos.

2.4. Modelos del emprendimiento

Messina (2018) brinda modelos acerca del desarrollo del emprendedor desde la creación hasta los primeros años de vida del negocio o empresa.

a. Modelo Shapero – Varela (definido por Varela, 2001)

Mencionan que el proceso está constituido por cinco etapas:

La primera etapa denominada situacional o de oportunidad, hace referencia a la identificación de oportunidades desde el análisis del medio en que está rodeado el emprendedor. Luego tenemos la etapa motivacional, abarca el sistema educativo, social o cultural en que se sitúa el sujeto, que puede producir o no el agrado por emprender.

Le sigue la etapa analítica, es aquel análisis profundo y minucioso de la oportunidad de emprender para llevar a cabo el plan de negocio. La etapa económica, es donde se realiza actividades para conseguir los recursos a fin de iniciar con el emprendimiento.

Por último, está la etapa psicológica, viene a ser la decisión que se toma por una carrera empresarial, esto dependerá de la viabilidad de la oportunidad de negocio.

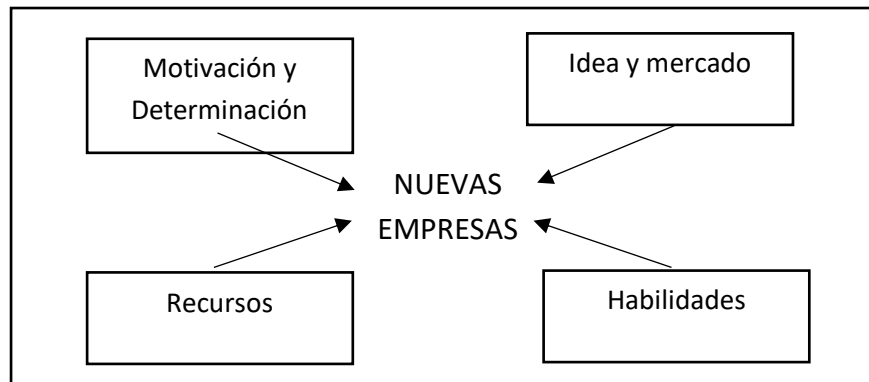
b. Modelo de Gibb

Propone cuatro componentes principales:

La primera lo conforma la idea y mercado, el que refleja la viabilidad de oportunidad de negocio. Segundo está la motivación y determinación, conformado por los factores que impulsan o hace difícil el inicio del proceso. Tercero son las habilidades, son los conocimientos, competencias y experiencias que el emprendedor debe de tener para liderar con éxito el emprendimiento. Cuarto, vienen a ser los elementos que se necesitan para que la empresa tenga un adecuado funcionamiento.

Figura 2

Modelo de emprendimiento de Gibb



Fuente: Valera y Bedoya, 2006, citado por Messina, 2018.

2.5. Características del emprendedor

Hay diferentes perfiles del emprendedor, Rivera (2015) hace distinción en tres dimensiones: valores, actitudes, habilidades y conocimientos. Conocimientos: Lo conforma el conocimiento emprendedor, aprendizaje emprendedor, a su vez es importante la experiencia y cognición emprendedora. Así mismo, la posesión de información y percepción de la utilidad, están dentro de esta dimensión.

2.5.1. Habilidades: Dentro de esta dimensión se encuentra la decisión, liderazgo, alerta, capacidad para crear e innovar, actitud negociadora y comercial y por último la capacidad para movilizar recursos.

2.5.2. Actitud y valores: el emprendedor debe de ser una persona que cuente con motivación, ser autoeficiente, ambición y tener autoconocimiento, exceso de confianza y sobre todo una actitud mental positiva.

2.6. Tipos de desarrollo de emprendimiento

Según, Kunan y Universidad Científica del Sur (2019) hacen mención a tres tipos de emprendimiento:

2.6.1. Emprendimiento por Oportunidad:

Conformado por la población con ingresos altos y medios, buscan que su estilo de vida se mantenga, se encuentran en el sector tradicional de la economía.

2.6.2. Emprendimiento por necesidad:

Se genera por la escasa oportunidad laboral y su economía es baja. Mayormente, el emprendedor no conoce el mercado al que está entrando y del impacto del que podría generar o de fracasar el negocio, se encuentra en el sector tradicional en lo económico y no genera efectos en el crecimiento económico, sin embargo, es una buena opción frente al desempleo.

2.6.3. Emprendimiento impulsado para lograr una mejora continua:

Lo conforma la población de ingresos medios o altos, buscan incentivar sus ingresos y que sus negocios sean de una visión de alto crecimiento, se desarrolla en lugares donde se privilegia la innovación, este tipo de emprendimiento genera crecimiento económico.

2.7. Emprendimiento social

Es la aplicación de distintos enfoques novedosos para conseguir soluciones a las problemáticas sociales, que genera varios procesos en la innovación social enfocados especialmente hacia un cambio social. Tiene por objetivo la creación del valor social, según la BID (2006) expresa que es la búsqueda del progreso social, proyectado en las transformaciones positivas dentro de la comunidad (citado por Franco, 2016).

Del Cerro (2017) define al emprendimiento social como el conjunto de empresas enfocadas en dar solución a la problemática social mediante un modelo que pueda ser sustentable y generen utilidades.

Nehama y Pérez, 2015 (citado por Acosta, coronel y Jiménez, 2018) mencionan las siguientes condiciones para el emprendimiento:

- a) La reinversión de los beneficios.
- b) La sostenibilidad económica
- c) Uso de herramientas empresariales.
- d) La renuncia a repartir dividendos.
- e) Gestión democrática y transparente.
- f) Búsqueda de soluciones sistémicas.

2.7.1. El emprendedor social

El emprendimiento social necesita de un emprendedor social, para Sánchez y Melcan (2009) definen al emprendedor social como la persona que da prioridad a la reforma en contra de la exclusión a través de la ejecución de proyectos empresariales

donde se unen la viabilidad técnica y financiera con la utilidad al servicio de la reinserción social laboral (citado por Madrigal, Arechavala, 2014)

Estos autores hacen mención que el emprendedor social presenta las siguientes acciones como agentes de cambio en el sector social:

- Reconocer y perseguir arduamente nuevas oportunidades para servir a la misión.
- La misión de crear y seguir manteniendo valor social, no solo el valor privado.
- Actuar con ímpetu sin estar limitado por los recursos.
- Participar activamente del proceso de innovación continua, de adaptación y aprendizaje.

Curto (2012) hace mención acerca de las características del emprendedor social:

- a) Es común que una empresa social sea iniciada por un varón antes que por una mujer; sin embargo, en empresas comerciales esta diferencia no se aprecia mucho.
- b) La edad que tienen las personas mayormente involucradas en la formación de un emprendimiento social, oscila entre los 25 y 44 años. Aunque, en países con economía desarrollada como en EE. UU, individuos entre los 18 y 24 años son más propensos a desarrollar emprendimientos.
- c) Las personas con alto nivel educativo son los que mayor involucramiento tienen en las empresas de naturaleza social.
- d) En un nivel laboral que se presentan los emprendedores sociales es de trabajadores autónomos.

3. Emprendimiento universitario

La misión de las universidades ha sido promover y formar profesionales en las distintas áreas, a su vez, la formación de una ciudadanía auténtica, comprometida y responsable éticamente con la realidad social que las rodea (Ortega y Gasset, citado por Palomares y Chisvert, 2014). Asimismo, hacen mención que las universidades tienen tres misiones, la primera es la educación, a segunda misión es la investigación y el uso de tecnología en la industria, o su creación por estudiantes y profesores, y la misión final se refiere a las actividades cooperativas entre la universidad y los actores públicos y privados y los intereses propios que existen en el desarrollo de la empresa. universidad Cosa. (Sánchez, Ward y Hernández, 2017).

El centro de estudios superiores o mejor dicho, la universidad debería ser transmisora de conocimientos también debe ser un semillero de cambio y progreso, cumpliendo un

rol decisivo como gestor de cambio a través del aumento de habilidades y competencias. (Sánchez y Rodríguez, 2015, p. 4).

El emprendimiento promueve la competitividad e innovación; y la universidad es quien fomenta todas estas actitudes emprendedoras, por lo que sería necesario el desarrollo de casos prácticos, sesiones de visita a emprendedores reales, un trabajo de simulación de emprendimiento y la presentación de una idea de negocio.

En una investigación, indica que los factores motivadores para el estudiante son las actitudes, capacidades y los factores de su entorno, influyentes en sus intenciones o acciones emprendedoras. Según Guerrero, et. al (2016), los factores que influyen en el emprendimiento universitario son la valoración de condiciones de los entornos, más cercanos como es la familia y amigos. A nivel de región es la cultura y los valores y en lo universitario lo conforma el apoyo y la cultura presente.

Las actitudes que debe de tener el estudiante son las ganas de crear su empresa y la valoración de cada característica de las actitudes emprendedoras.

El emprendedor debe de contar con potencial, es decir las ganas de crear una empresa en los próximos tres años.

3.2. Educación emprendedora

“Se hace entrega a los estudiantes todas actividades relacionadas al emprendimiento acerca del conocimiento y de las habilidades de entrenamiento” (Gartner y Vesper, 1994, citado por Dapeng, 2019).

La educación emprendedora tiene gran importancia porque se enfoca en convertir las ideas en acción, promover programas donde se adecue la innovación, porque la revisión de información no estimula el emprendimiento, se necesita de estrategias altamente efectivas que sean evidenciables en el aprendizaje vivencial y experimental, también integrados dentro de la malla curricular estudiantil. El docente facilita el aprendizaje y es multiplicador de ideas, es quien tiene los conocimientos y experiencias para generar inspiración en el alumnado desde los inicios de la carrera profesional. (Sánchez, Ward y Hernández, 2017)

El emprendedor siempre está pendiente a las oportunidades que se le presenta, gracias a su formación y experiencia crea una conciencia emprendedora y están propensos a detectar los fallos del mercado y darle solución y las necesidades del consumidor. (Simón, Sartre y Revuelto, 2015).

2.2.2. Abordaje de la motivación

Los seres humanos participan en eventos específicos de su entorno, reconocen formas, aprenden asociaciones, recuerdan información, razonan, resuelven problemas, planifican estrategias y responden en consecuencia siempre que estén motivados. Preguntar qué nos impulsa a nosotros ya otros organismos plantea la cuestión de la motivación. Por lo tanto, la motivación es un concepto o estructura hipotética, no un evento explícito y observable. Existen diversas teorías que explican como las personas se sienten atraídas por conseguir sus metas planteadas y que es lo que hacen para poder conseguir las.

Enfoques sobre la motivación

Enfoque conductual

Desde este enfoque se tiene la percepción que el alumno analiza minuciosamente los incentivos y las recompensas que se encuentran en el aula. La recompensa es aquel objeto atractivo o situación que se obtiene derivado de un comportamiento detallado. Es por ello que si refuerza constantemente de acuerdo a determinadas conductas se va obtendrá hábitos para proceder de forma determinada (Woolfolk, 2010).

Los conductistas manifiestan que los efectos de estas conductas pueden aumentar, disminuir, mantener o extinguir la motivación. Este enfoque se relaciona con la motivación extrínseca (Hanson y Eller, 2000).

Enfoque cognoscitivo

Bandura propone distintas fuentes de motivación como los fines en mente, autoeficacia y las predicciones del estudiante sobre las consecuencias de una actividad determinada. Las predicciones que mantiene el estudiante se deben a las creencias que tiene sobre su propia competencia o eficacia (Hanson y Eller, 2000).

En la teoría cognoscitiva, plantea que los sujetos son vistos como seres curiosos y activos que indagan información para resolver y disuadir dificultades de grado personal. Los teóricos de este enfoque definen el comportamiento según este enfoque está relacionado con los pensamientos de la persona y no únicamente por a ver sido castigados por el comportamiento pasado o recompensados (Stipek 2002, citado por Woolfolk, 2010).

Enfoque humanista

Desde la perspectiva de Maslow, su enfoque asociado con la estimulación intrínseca de los estudiantes, donde se considera las características afectivas importantes de la persona (Woolfolk, 2010).

Maslow con su teoría de necesidades, plantea que la motivación para lograr metas se da por aquellas necesidades insatisfechas que crearon tensión en la persona. Si el individuo tiene necesidades de seguridad, estima, amor y fisiológicas entonces vivirá motivado a ejecutar la acción que le permita compensar su o sus necesidades. Por lo tanto, si las necesidades son satisfechas, entonces las personas quedarán motivadas a compensar sus necesidades de comprensión, estéticas, conocimiento y autorrealización (Hanson y Eller, 2000).

Modelos teóricos de motivación de logro

Modelo de logro de McClelland y Atkinson

Se habla acerca del medio en el que las personas pueden lograr el éxito y el poder. También está relacionada con la teoría postulada por Maslow acerca de la jerarquía de necesidades la cual esta teoría a diferencia que la de Maslow clasifica las necesidades de la persona según su entorno profesional que personal.

McClelland define “motivación” como aquellas necesidades que determinaran la manera de comportarse. Las personas podrán actuar en relación a cuatro factores motivadores distintos: • Motivador de afiliación. Es el que lleva a los individuos a entablar relaciones de satisfacción y cordialidad con terceras personas. Es una persona que necesita formar parte de algún grupo, y sentir pertenencia y aprecio dentro de él. A largo plazo este factor mencionado genera un clima laboral saludable, influyendo y relacionándose con el resto de factores motivadores. • Motivador de logro. Es aquel impulso que lleva a las personas a actuar en busca de un éxito mayor en cualquier trabajo en el que lleguen a desarrollar. En el estudio de McClelland del factor motivación de logro, determinó que la diferencia se fijaba en el deseo de las personas que quieren hacer tareas o actitudes que de aquellos que los rodean. (García, 2012, p. 15)

McClelland, Atkinson, Clark y Lowell expresan que se “Las personas que se sienten motivadas y adquieren este tipo de conductas a través de las relaciones sociales el cual provoca en la persona esforzarse por sus acciones a cumplir, por lo que de esta manera persiste en sus metas y anhelos personales y emprendedores” (McClelland et al, 1953; citados por Thornberry, 2003, p.198). Esta teoría es aplicada en el ámbito educativo, en relación a la teoría Atkinson, donde este parte con la existencia de un motivo general que se quiere lograr y a partir de ello se propone un modelo motivacional.

La motivación de logro resulta por la presencia de dos necesidades en conjunto, la primera de ellas es tener éxito y la otra es evitar el fracaso, en otras palabras, dirigir la

conducta hacia la realización, lo que se debería de tener en cuenta primordialmente es que, si la motivación de los estudiantes hacia el éxito es superior a la de su fracaso, entonces la persistencia en la actividad o tarea se verá aumentada mientras atraviesen un fracaso moderado (Atkinson, 1964).

El autor McClelland (1953) citado por Rosada (2012) plantea sobre los factores motivacionales que impulsan a las personas a trabajar para lograr sus objetivos y que está claramente relacionado a las percepciones de aprendizaje:

Necesidad de Poder: se muestra a través de los trabajos que ejercen la persona con el único objetivo de lograr tener la influencia y llevar un control social de las personas que lo rodean.

Necesidad de Afiliación: Busca reforzar vínculos afectivos y recuperarlos con otras personas.

Necesidad de Logro: Busca el logro de las metas que un emprendedor se plantea a mediano plazo y en generalmente buscan triunfos y algo excelente para su vida emprendedora.

La necesidad de logro al momento de emprender

David McClelland, enlazo la necesidad de logro al concepto del protestantismo ya que favorece a la creación de personalidades con alta necesidad de realizaciones.

En la infancia es cuando se forma la personalidad y los padres les deben dar un adiestramiento a los hijos; hacia la independencia para que el mañana sean los empresarios dinámicos en el desarrollo económico de su país.

Algunos autores nuevos, creen que para la creación de una empresa se debe a un contexto de técnicas estadísticas y exploración de datos. Y no solo a la creatividad y habilidades.

McClelland considera que los individuos son los mejores líderes, pero tienden a exigir demasiado a su personal en la creencia en la que todos son también orientados por desempeños altos y eso depende a esfuerzos por sobresalir, entablar relaciones interpersonales e influir sobre los demás para lograr resultados.

Para Collins, se debe elegir gente adecuada para llevar una empresa eso se consigue con un buen desempeño de un emprendedor.

La teoría de McClelland, la motivación de la persona se genera en la búsqueda de necesidades básicas como: afiliación, poder y logro.

Necesidad de afiliación, es el querer formar parte de un grupo o equipo, en donde el individuo busca entablar relación con los demás y generar ayuda.

Necesidad de poder, es el querer influir y controlar en el resto de personas o grupos; en donde se le considere importante.

Necesidad de logro, en este sentido el individuo se establece metas elevadas para que se demuestre a sí mismo y al resto del grupo que puede conseguir lo que se estableció como meta inicial.

Todas estas técnicas de motivación son procedimientos empleados para generar motivación en los trabajadores de alguna empresa, y poder lograr mayor productividad en ellos, sean más creativos, más eficientes, tengan más compromiso con la organización y estén dispuestos a generar un mejor logro.

Motivación de logro y necesidad de logro de Murray

Murray expresa que la motivación de logro es la “Capacidad de llevar a realizar algo a una persona que para él es difícil de hacerlo de manera rápida y efectiva” (p. 198) (Thornberry, 2003). Ante esta mención se puede deducir que los estudiantes se encuentran entre dos necesidades en donde una es lograr el éxito y la otra es evitar el fracaso.

Murray (1938) define la motivación como el deseo o razones que impulsan a los individuos a realizar lo que hacen. Dirigen el comportamiento organizando a las personas para que vean lo que quieren ver e instándolas a hacer lo que sea necesario para su satisfacción; para incrementar el respeto propio por exitosa capacidad.

McClelland compartió con Murray la creencia que el análisis de la fantasía es la mejor forma de lograr motivos - deseos. Para lo cual utilizo el Test de Percepción Temática.

Este Test es una prueba con base en la teoría de motivación que mediante laminas se estudia la necesidad de del logro; que tiene por fin el crecimiento económico y el éxito organizacional de una empresa.

Según Newstrom (2007, p.102) afirma que las personas que persiguen sus ideales estimulan un impulso que los lleva a alcanzar sus objetivos y ascender al éxito. El logro es visto por estas personas como la principal herramienta que los acompañara a lograr sus objetivos.

Existen diversas características que definen a una persona motivada para alcanzar sus metas, uno de ellos es trabajar duro para percibir en sus logros esforzándose, vencer todos los riesgos y obstáculos que se puedan presentar en el camino. Las personas con alto impulso de logro asumen sus responsabilidades de sus acciones y les gusta ser parte de un esfuerzo ya sea colectivo o individual. En cambio, las personas que poseen una necesidad de logro tienen el intenso deseo de cumplir sus metas con éxitos como también

poseen temor de fracasar. Estas personas poseen un perfil de tener temor, inquietud, pero a la vez les gusta trabajar largas jornadas y no les preocupa tanto si fracasan o no ya que ellos se ven liderando un propio negocio y para ello necesitan conocer, pero a la vez equivocarse para así aprender de sus errores.

Motivación de poder

Newstrom (2007, p.103) manifiesta que el poder es un impulso que influye mucho en las personas, ya que las personas que se encuentran motivadas por algún poder generan un gran desenvolvimiento en alguna organización y a la vez están dispuesta a asumir riesgos que se les presenten. Una vez que ya obtenga el poder que quieran lograr, lo usan con fines constructivos o destructivos. Un claro ejemplo de este perfil son los administradores, ya que tienen inclinaciones de poder institucional inculcando en ellos conductas para el bien organizacional. Las personas que poseen esta motivación tienen puestos de liderazgo y desean crecer laboralmente en un puesto u organización que laboren mediante un desempeño exitoso.

2.3. Marco conceptual

Emprendimiento: Se entiende como la visión dinámica que posee el emprendedor para la creación y el cambio de lo que quiere lograr. Estos ideales se dan mediante la exposición de nuevos ideales y soluciones creativas. Lo más importante del proceso del emprendimiento es la voluntad que tiene el emprendedor para tomar la decisión de querer hacer algo innovador corriendo el riesgo al fracaso, el cual posee la habilidad para formar un completo equipo de trabajo empresarial, también poseen habilidad para la creatividad y construir un plan de negocio innovador y finalmente poseen la habilidad para reconocer oportunidades y resuelven sus conflictos de manera asertiva. (Kuratko, 2008).

Motivación: Conjunto de procesos relacionados con procesos psicológicos y psíquicos (involucra la actividad nerviosa que se ve reflejada mediante la personalidad) el cual contiene un papel activo de personalidad creativa e independiente y muy aparte de eso, sus objetivos están basados en la necesidad de satisfacer sus ideales y necesidades personales por el cual ellos se plantean objetivos y metas a lograr que los impulsa a manifestar comportamientos motivadores. (González, p.52).

Motivación de logro: según la teoría de motivación del logro está basada en una teoría epistémica de expectativa- valor la cual se explica mediante una fórmula que va relaciona al logro que posee la persona. El resultado es el conflicto emocional producido

por la misma persona en su búsqueda del éxito empresarial y como este a la vez evita el fracaso en su emprendimiento. (Pintrich y Schunk, 2006).

CAPITULO

III

RESULTADOS

En este apartado, se muestran los resultados obtenidos en el transcurso de la investigación, con el objetivo de determinar la relación que existe entre el emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología.

3.1. Análisis de los resultados para las hipótesis

3.1.1. Análisis de correlación Rho de Spearman

Análisis de la hipótesis general HI:

Tabla 1

Análisis correlacional Rho de Spearman entre la emprendimiento social y motivación de logro

	Emprendimiento social	
	Rho	<i>p</i>
Motivación de logro	,161	,108

En la tabla 1, se muestran los resultados de correlación, donde, el valor *p* es igual a 0,108 mayor que el nivel de confianza $p \leq 0,05$ por lo tanto, no se acepta la hipótesis, lo que indica que ambas variables no son coexistentes.

Tabla 2

Análisis correlacional entre la dimensión pasión hacia el emprendimiento con las dimensiones de la motivación de logro

	Pasión hacia el emprendimiento	
	Rho	<i>p</i>
Acciones orientadas al logro	,104	,301
Pensamientos orientados al logro	,225*	,024

*: *Significativo*

En la tabla 2, se observa que existe relación positiva y significativa ($p < ,05$) entre la dimensión pasión hacia el emprendimiento con la dimensión pensamientos orientados al logro; no obstante, con la dimensión acciones orientadas al logro, la relación fue no significativa. Esto quiere decir, que cuando los pensamientos que se direccionan hacia el logro, es probable que la pasión hacia el emprendimiento aumente, y viceversa.

Tabla 3

Análisis correlacional entre la dimensión orientación a la sustentabilidad con las dimensiones de la motivación de logro

	Orientación a la sustentabilidad	
	Rho	<i>p</i>
Acciones orientadas al logro	,062	,538
Pensamientos orientados al logro	,183	,066

En la tabla 3, se observa que no existe relación significativa ($p > ,05$) entre la dimensión orientación a la sustentabilidad con la dimensión pensamientos orientados al logro y acciones orientadas al logro, por tanto, puede decirse que no son coexistentes en el grupo de estudio, por lo tanto, se rechaza la hipótesis planteada.

Tabla 4

Análisis correlacional entre la dimensión identificación de oportunidades con las dimensiones de la motivación de logro

	Identificación de oportunidades	
	Rho	<i>p</i>
Acciones orientadas al logro	,037	,714
Pensamientos orientados al logro	,147	,144

En la tabla 4, se observa que no existe relación significativa ($p > ,05$) entre la dimensión identificación de oportunidades con la dimensión pensamientos orientados al logro y acciones orientadas al logro, por lo tanto, no coexisten dentro del grupo de estudio. Se rechaza la hipótesis planteada.

3.2 Análisis de los resultados de la aplicación del test de emprendimiento social

Objetivos específicos: En la tabla 5, se observa los niveles de emprendimiento social según las dimensiones de la prueba y la población dividida en ciclos, donde la dimensión pasión hacia el emprendimiento respecto a los alumnos de noveno ciclo se obtuvo un nivel promedio bajo de (29,4), un nivel promedio de (62,4%) y un nivel promedio alto de (8,2%). En cuanto a la dimensión de Orientación a la sustentabilidad, se obtuvo un nivel promedio de (11,8), un promedio alto de (51,8 %) y un nivel alto de (36-5%). En la Identificación de oportunidades, consiguieron un nivel promedio de (38,8%)

y un nivel promedio alto de (61.2%). Para la puntuación general de potencial de emprendimiento social, se tuvo un nivel promedio bajo de (2,4%), un nivel promedio de (30,6 %), un nivel promedio alto de (60,0%) y un nivel alto con (7,1%).

Tabla 5

Nivel de emprendimiento social en los grupos de la muestra según dimensiones y escala general

		Ciclo IX		Ciclo X	
		f	%	f	%
Pasión hacia el emprendimiento	Promedio Bajo	25	29,4	3	18,8
	Promedio	53	62,4	13	81,3
	Promedio alto	7	8,2	0	0,0
Orientación a la sustentabilidad	Promedio	10	11,8	0	0,0
	Promedio alto	44	51,8	6	37,5
	Alto	31	36,5	10	62,5
Identificación de oportunidades	Promedio	33	38,8	4	25,0
	Promedio alto	52	61,2	12	75,0
	Promedio bajo	2	2,4	0	0,0
	Promedio	26	30,6	3	18,8
Emprendimiento social	Promedio alto	51	60,0	12	75,0
	Alto	6	7,1	1	6,3
	Total	85	100%	16	100%

Fuente: Datos alcanzados en el estudio

En relación a los resultados según la población de décimo ciclo, en la dimensión pasión hacia el emprendimiento se obtuvo un promedio bajo de (18.8%) y nivel promedio de (81,3). En la dimensión orientación a la sustentabilidad se obtuvo un nivel promedio alto de (37,5%) y nivel alto de (62.5). En relación a la dimensión Identificación de oportunidades, se obtuvo un nivel promedio de (25.0%) y nivel promedio alto (75.0%).

Finalmente, en relación a la escala general de emprendimiento social, obtuvo un nivel promedio bajo de (0.0%) y, nivel promedio alto de (75,0%).

Tabla 6

Nivel de motivación de logro en los grupos de la muestra según dimensiones y escala general.

		Ciclo IX		Ciclo X	
		f	%	f	%
Acciones orientadas al logro	Bajo	5	5,9	0	0,0%
	Medio	1	1,2	0	0,0%
	Alto	79	92,9	16	100,0%
Pensamientos orientados al logro	Bajo	2	2,4	0	0,0%
	Medio	3	3,5	0	0,0%
	Alto	80	94,1	16	100,0%
Motivación del logro	Bajo	2	2,4	0	0,0%
	Medio	1	1,2	0	0,0%
	Alto	82	96,5	16	100,0%
	Total	85	100%	16	100%

CAPITULO

IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Nuestra naturaleza como seres humanos nos da curiosidad por descubrir la motivación que tiene una persona para conseguir sus objetivos y lograr emprender en la vida. Es por ello que, mediante esta investigación, podemos conocer las destrezas que posee un estudiante universitario con un perfil emprendedor y a la vez que es lo que les impulsa a realizarlo.

En ese sentido, la finalidad de este estudio fue determinar la relación entre emprendimiento social y motivación de logro en estudiantes de psicología del último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

Según los resultados, en la hipótesis general no existe relación significativa entre las variables de emprendimiento social y motivación de logro, por lo tanto, no se acepta la hipótesis. Como citó Madrigal (2014) expresando que el emprendedor social es quien prioriza su bienestar propio o común haciendo uso de su visión en la viabilidad económica del negocio para el surgimiento de su emprendimiento sin guardar relación necesaria con alguna motivación o suceso previo influyente para emprender. Así mismo, Kunan y Universidad Científica del Sur (2019) hace mención de algunos tipos de desarrollo del emprendimiento, el primero es por oportunidad y son quienes buscan mantener su estilo de vida sin generar ninguna expectativa de crecimiento; simplemente desean mantenerse en la línea de calidad de vida que tienen; el segundo tipo de emprendimiento es por necesidad, es decir que el emprendedor social empieza a generar sus propias ideas de negocio y busca la mejor manera de sobresalir en su economía por la escasez laboral existente; por lo tanto, la motivación de logro no guarda relación con el emprendimiento por necesidad debido a que únicamente se basa en conseguir ingresos mínimos y hacer frente al desempleo dejando de lado metas a cumplir, ambiciones y motivación por conseguir abundancia.

Este resultado se vio reflejado de manera similar en el estudio de Camino (2019) donde su investigación estuvo basada en determinar la relación entre el entorno familiar y el emprendimiento de estudiantes de UPAO, encontrándose y concluyendo, que el clima familiar de los jóvenes es propicio para lograr su emprendimiento, excluyendo la motivación de logro como requisito para concretar la idea de negocio. Por lo tanto, si el ambiente familiar del emprendedor es favorable en lo económico, afectivo y cuenta con adecuadas redes de contacto, la posibilidad de emprender será mayor.

Respecto al objetivo específico 1, se observa que existe relación significativa ($p < .05$) entre la dimensión pasión hacia el emprendimiento con la dimensión pensamientos orientados al logro; no obstante, con la dimensión acciones orientadas al logro, no existe relación significativa. Esto quiere decir, que cuando los pensamientos que se direccionan hacia el logro sean mayores, es probable que la pasión hacia el emprendimiento aumente, y viceversa. Estas ideas se sustentan con modelo de logro de Mc Clelland, quien expresa que las personas pueden actuar en función de factores motivacionales según la necesidad que estos puedan tener. La motivación de logro se presenta en conjunto con la necesidad de tener éxito y evitar el fracaso, por lo que el pensamiento orientado al logro se evidenciará en la conducta hacia la realización del emprendimiento. Este mismo autor, hace referencia que la persona está en búsqueda de cubrir necesidades básicas y una de ellas es la necesidad de logro, por lo que el individuo va a generar un pensamiento crítico y establecerá metas elevadas para que se demuestre a sí mismo que puede conseguir lo que se estableció como meta inicial, produciendo finalmente la acción de emprender.

Así mismo, Messina (2018) propone el modelo del proceso emprendedor de Shapero, donde abarca cinco etapas y se resalta dos importantes que están relacionadas con el pensamiento orientados al logro y son la etapa analítica y situacional. Ambas etapas hacen referencia a la identificación de oportunidades a partir del análisis profundo y minucioso de la idea de negocio para convertirlo en emprendimiento. Resultados parecidos se encontraron en la investigación de Calero (2020) donde estudiaba la motivación para el emprendimiento y la innovación que presentan alumnos universitarios de Manabí; y concluye que la mayoría de los sujetos están motivados a la innovación y por emprender; es decir, mantienen el pensamiento de negocio vigente por lograr concretar el emprendimiento y de crear algo novedoso que les brinde mejor calidad de vida.

Por otro lado, en el objetivo específico 2, se aprecia que no existe relación significativa ($p > .05$) entre la dimensión orientación hacia sustentabilidad con la dimensión pensamientos orientados al logro y acciones orientadas al logro, por tanto, puede decirse que no son coexistentes en el grupo de estudio, por lo tanto, se rechaza la hipótesis planteada. Al respecto Sánchez citado por Madrigal (2014) menciona que los emprendedores sociales presentan acciones como agentes de cambio. Es decir, el emprendedor social primero reconoce y persigue arduamente las nuevas oportunidades

que le sirvan en su misión de emprender, unido a ello mantiene un proceso de innovación, adaptación y aprendizaje a lo largo del periodo a concretar el emprendimiento.

Ante ello, podemos identificar la relación de lo que hace mención el autor frente a nuestros resultados, puesto que la población estudiada puede presentar pensamientos y acciones orientados al logro en base a perseguir y trabajar arduamente por su emprendimiento, sin embargo, no necesariamente mantiene un adecuado nivel de orientación a la sustentabilidad de este mismo y que sea próspero en el tiempo, haciendo que dicho emprendimiento se enfoque en el presente y sin muchas miras al futuro.

Igualmente, Newstrom (2007) afirma que las personas que persiguen sus ideales les estimulan un impulso que los lleva a alcanzar sus metas y ascender al éxito mediante la imaginación y planteamiento de ideas de emprendimiento, teniendo presente un pensamiento enfocado al logro de objetivos durante el periodo de formación, crecimiento y desarrollo de su emprendimiento, consiguiendo la sustentabilidad personal y comercial.

Resultados parecidos se evidenció en el estudio de Sánchez (2011) dónde encontró que los jóvenes universitarios están motivados a través del pensamiento de logro mediante el aprovechamiento de sus conocimientos y talentos. Se hace mención que el 17.8% su principal motivación, es la necesidad de logro. Asimismo, se resalta que el aspecto económico con un 89% que no es la principal motivación.

Tal cual se ve reflejado en nuestros resultados, donde los pensamientos y acciones que estén orientados hacia el logro de algún emprendimiento y cumplimiento de objetivos es por la motivación actual sin necesidad de algún deseo de sustentabilidad económica del negocio propiamente dicho.

Finalmente, en el objetivo específico 3, se visualiza que no existe relación significativa ($p > .05$) entre la dimensión identificación de oportunidades con las dimensiones de motivación de logro.

Estas ideas se fundamentan en las emitidas por Messina (2018) cuando propone el modelo de Shapero, que habla sobre las diferentes etapas que consta el proceso emprendedor. Según nuestros resultados guarda relación exclusiva con la dimensión de identificación de oportunidades sin necesidad de la presencia de motivación al logro debido a que dicho autor expresa que en primera instancia se realiza la identificación de oportunidades a raíz del medio donde se encuentra rodeado el emprendedor y manteniendo las metas a mediano plazo por cumplir a través de la decisión tomada de emprender, a la vez teniendo en cuenta la viabilidad de la oportunidad de negocio como aquel logro por realizar. Es decir, el emprendedor tiene la capacidad de visualizar la

oportunidad de negocio sin necesariamente estar motivado por lograr a concretarlo y darlo por hecho mediante acciones que lo lleven a conseguir su emprendimiento.

Asimismo, de acuerdo, a Diego y Velásquez (2021) en los resultados de su investigación del perfil de emprendimiento y actitud emprendedora de estudiantes UPAO, confirman que el perfil de emprendimiento tiene relación significativa con el área cognitiva, específicamente hace referencia a la existencia de identificación de oportunidades de negocio sin unión relativa con alguna motivación intrínseca o extrínseca para poder llegar a concretar con éxito algún negocio propio.

CAPITULO

V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- A nivel general, no existe relación significativa entre el emprendimiento social y la motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.
- Sin embargo, existe relación positiva y altamente significativa ($p < ,05$) entre la dimensión pasión hacia el emprendimiento con la dimensión pensamientos orientados al logro.
- No existe relación significativa ($p > ,05$) entre la dimensión orientación hacia la sustentabilidad con las dimensiones pensamientos orientados al logro y acciones orientadas al logro.
- No existe relación positiva y altamente significativa ($p > ,05$) entre la dimensión identificación de oportunidades con las dimensiones pensamientos orientados al logro y acciones orientadas al logro.

Recomendaciones

- Reportar hallazgos a los administradores del programa académico de psicología y así implementar medidas de intervención sobre variables de investigación para seguir beneficiando a los estudiantes.
- Ampliar las investigaciones entre emprendimiento social, motivación del logro y otras variables de estudio.
- Adicionar pruebas similares que evalúen el emprendimiento social de los estudiantes universitarios del último ciclo académico de psicología, cubriendo así el perfil que buscan las empresas hoy en día de un joven emprendedor.
- Incentivar la creación de distintas estrategias como, charlas, cursos y talleres, que permitan desarrollar el interés en los estudiantes por ejercer su propio negocio o ejercer en lo que a ellos les llame su atención. Así mismo, orientarlos y darles confianza a emprender y hacerle conocer sus ideales, sus habilidades y destrezas que poseen. Finalmente darles la confianza que ellos lo necesitan y motivarlos a realizar sus metas planteadas.
- Amplificar el estudio en las diferentes facultades de la universidad, y de este modo, generar buen desempeño académico en los estudiantes durante su formación profesional, e insertarse con éxito en el campo laboral una vez concluido sus estudios superiores.

CAPITULO

VI

REFERENCIAS Y ANEXOS

7.1. Referencias

- Abanto, P.E. (2016). *Relación entre motivación, estilos de aprendizaje y rendimiento académico en los alumnos de la carrera de enfermería técnica del instituto superior tecnológico "San Luis" de Trujillo - 2011* [tesis de maestría, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo] Repositorio Institucional UPAO <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2274>
- Acosta, V., Coronel, V. y Jiménez, M. (2018). Emprendimiento social y su relación con la base de la pirámide en Latinoamérica. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 7(4), pp. 50-67. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070436.50-67/>
- Amorós, J. (2011). El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación desde el contexto Latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración.*, 1-(15),3-7
- Arias-Gómez, J., Villasís K, Miranda-Navales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista alergia Mexico*, 63(2)
- Atkinson, J. (1964). *An introduction to motivation*. Princeton: Van Nostrand
- Bargsted, M. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Revista Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25). Pp 121-132.
- Bonilla, A. (2011). Hacia una comprensión de la mente y el comportamiento emprendedor. *Revista Panorama*. N° 9. Colombia.
- Calero, F., Mero, R., Franco, M. (2020). *La motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios: Caso Universidad Técnica de Manabí*. FIPCAEC (Edición 23) Vol. 5, No 5. Diciembre, Edición Especial 2020, pp. 98-120.
- Camino Garcés, Juan Segundo (2019). *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). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/5083/1/REP_MAEST.ADM_JUAN.CAMINO_ENTORNO.FAMILIAR.EMPREDIMIENTO_DATOS.pdf

Chiavenato, Idalberto (2007), *Administración de Recursos Humanos. El capital humano en las organizaciones*. (8a ed.), México. McGrawHill, Interamericana. Recuperado en: <https://bit.ly/2N8BNoS>

Colton, D. y Covert, R. (2007) *Designing and constructing instruments for social research and evaluation*. John Wiley & Sons. <https://content.e-bookshelf.de/media/reading/L-587471-630b1436c8.pdf>

Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales, innovación al servicio del cambio social. *IESE Business School- Revista exclusiva Universidad de Navarra*.3 (3.1) 14-17

Del Cerro, J. (2017) *¿Qué es el emprendimiento social?* (1° ed). Editorial Neisa. (Original publicado en 2018)

Dapeng, J. (2019). How does Entrepreneurial Education Influence the Entrepreneurial Intention of College Students: The Moderating and Mediating Effects of Entrepreneurial Alertness. *International journal of emerging technologies in learning*, 142-146

Diego, X., Velázquez, L. (2021) *Perfil de emprendimiento y la actitud emprendedora de los estudiantes de administración de UPAO campus Trujillo – 2021* (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en administración)

Del Cerro, J. (2017) *¿Qué es el emprendimiento social?* (1° ed). Editorial Neisa. (Original publicado en 2018)

Franco, P. (2016). La definición del emprendimiento social. Algunos elementos conceptuales para el debate. *Revista innova, Vol., 2, N°3*. 45-55

Fidias G, Arias. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (7ma. Edición), Edit. Episteme.

García, V. (2012). *La motivación laboral, estudio descriptivo de algunas variables*, (Trabajo de Fin de ciclo). Universidad de Valladolid

- Garrido, F (2018). *Motivación y emprendedurismo de peruanos retornantes y familiares del exterior: región Ancash - Perú - 2017* (Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro en Administración de Empresas y Negocios - MBA). Universidad de San Pedro, Chimbote.
- Guerrero, M, et. al (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario. Observatorio de Emprendimiento Universitario en España*. (Edición 2015-2016). Universidades Españolas.
- Gonzales E, Fernández,A, Martínez, M, (2001). *Procesos Psicológicos*. (1er edición). Mc Graw Hill. Pp. 10-73
- Hanson, K. y Eller, B. (2000). *Psicología educativa para la enseñanza eficaz*. Thomson Editores S.A.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández-Collado, C. & Baptista Lucio, P. *Metodología de la Investigación*. (6^a ed). McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Kinnear, C.T & Taylor, R. (1998). *Investigacion de mercados*. Mc Graw Hill.
- Kuratko, Donald. (2008). *Entrepreneurship: Theory Process Practice*. (8va edición). South-Western College
- Kunan y Universidad Científica del Sur (2019). *Reporte sobre el estado del emprendimiento social y ambiental en el Perú*. (1° ed.). Fondo Editorial de la Universidad Científica del Sur. <http://www.kunan.com.pe/publicaciones-y-recursos>
- Madrigal, B; Arechavala, R. y Madrigal, R. (2014). *El emprendedor social su impacto en la comunidad: la percepción del joven investigador*. XIV Asamblea General de ALAFEC. Panamá.
- Machaca, D, et. al. (2021) *Motivación y emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios*. Polo del conocimiento. (Edición núm. 60) Vol. 6, No 7-Julio 2021, pp. 434-449
- McClelland, D. (1961). *La Sociedad de Logros*. Nueva York: un periódico gratuito de prensa.

- Mejía Baldera, Deyvi Oma (2015). *Actitud Emprendedora De Los Egresados De La Carrera De Administración De Empresas De La Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo*. (Tesis Para Optar El Título De: Licenciado En Administración De Empresa). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo, Chiclayo. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/159/1/TL_Mejia_Baldera_Deyvi_Omar.pdf
- Méndez, J; Quintanilla, E. y Sánchez, M. (2018). Crecimiento económico ligado al desarrollo del emprendimiento social. *Revista Innova Research Journal*, Vol. 3. N°3. Pp. 6- 16. <File:///C:/Users/Jaramillo/Downloads/Dialnet-Crecimientoeconomicoligadoaldesarrollodelemprendim-6369764.Pdf>
- Messina, M. (2018). *Manual didáctico emprendurismo*. Universidad de la Republica. Montevideo.
- Madrigal, B; Arechavala, R. y Madrigal, R. (2014). *El emprendedor social su impacto en la comunidad: la percepción del joven investigador*. XIV Asamblea General de ALAFEC. Panamá. <https://docplayer.es/18635727-El-emprendedor-social-su-impacto-en-la-comunidad-la-percepcion-del-joven-investigador.html>
- Murray H.A. (1938) *Explorations in personality*, Nueva York, Oxford University Press. Citado en: Collins C. J. Hanges P. J. y Locke E. A. (2004). *The relationship of Achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta-Analysis*, Human performance. 17 (1), pp. 95-117
- Newstrom, John W. (2007). *Comportamiento humano en el trabajo* (13 edi.). Mc Graw Hill. pp. 12-200
- Palomares, D. y Chisvert, M. (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. REDU Revista Universitaria. *Revista de docencia universitaria:Vol. 12. (2)*, pág. 3-26
- Pérez Palacios, E. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión En El Tercer Milenio*, 12(23), 61–65. <https://doi.org/10.15381/gtm.v12i23.8912>

- Quispe, R. (2018). *Perfil emprendedor de un grupo de alumnos del último año de una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el año 2017*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en gestión. Pontificia Universidad católica del Perú. Lima. Perú). Repositorio Institucional. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13977>
- Real Academia Española. (s.f.). Cultura. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 10 de febrero de 2019, de <https://dle.rae.es/cultura?m=form>
- Rivera, C. (2015). *Competencia emprendedora y comportamiento emprendedor: análisis en el contexto venezolano* (manuscrito no publicado). Facultad de Economía. Universidad Complutense
- Rosada, P. (2012). “*Relación entre rendimiento académico y la motivación al logro en los estudiantes de tercer y cuarto Año de la carrera de Psicología Industrial/Organizacional*”. (Tesis para optar el grado de Maestría en Docencia de la Educación Superior. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Ciudad de Guatemala.)
- Sanchez, J., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones, Vol.5 (2)*, 401 - 473.
- Sánchez-Cañizares, SM, & Rodríguez-Gutiérrez, P. (2015). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. *IJERI: Revista Internacional de Investigación e Innovación Educativa*, (4), 41–50. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1456>
- Sánchez, F, et. al. (2021). Las motivaciones de jóvenes universitarios para emprender en el marco del proyecto piloto SIEM. *Repositorio. Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM)*, 1-26
- Sifuentes, L. (2011). *Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el caso del CIDE de la PUCP en el 2011*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en gestión empresarial, Pontificia Universidad Católica del Perú – Lima)
- Simón, V; Sartre, O. y Revuelto, L. (2015). El emprendedor social: análisis de la alerta social. *Suma de negocios, N° 6*. 1-26

- Pintrich, P. R. y Schunk, D. H. (2006). *Motivación en contextos educativos. Teoría, investigación y aplicaciones*. Madrid: Pearson
- Thornberry-Noriega, G. (2003). Relación entre motivación de logro y rendimiento académico en alumnos de colegios limeños de diferente gestión. *Persona*, (006), 197-216. <https://doi.org/10.26439/persona2003.n006.931>
- Tovar, J. (2007). *Psicometría: Test Psicométricos, Confiabilidad y Validez*. En: A. Quintana & W. Montgomery (Eds.), *Psicología: Tópicos de Actualidad*. (pp. 85-108).
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Editorial Pearson (2da edición.)
- Woolfolk, Anita (2010). *Psicología educativa*. Editorial Pearson (11va.edicion)

7.2. Anexos

ESCALA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Le pedimos que lea con atención las siguientes frases. Marque su respuesta en cada una de ellas. Las alternativas de respuesta son: **NUNCA, CASI NUNCA, ALGUNAS VECES, CASI SIEMPRE, SIEMPRE.**

No hay respuesta buena o mala, todas sirven. No deje sin responder.

Marque su respuesta en uno de los cinco espacios.

1= NUNCA, 2= CASI NUNCA, 3= ALGUNAS VECES, 4= CASI SIEMPRE, 5= SIEMPRE

N°	ITEM	1	2	3	4	5
1	Desearía estar trabajando cuando no lo estoy.					
2	Sobrepaso todos los obstáculos para crear una solución a un problema.					
3	Prefiero caminar que viajar en auto.					
4	Si pudiera, solo realizaría esta actividad.					
5	Animo a los demás para que reciclen.					
6	Amo realizar esta actividad.					
7	Participo en colectas de fondos.					
8	Pienso que la actividad que realizo es muy importante para mí.					
9	Me informo con las personas que están trabajando en desarrollar soluciones para problemas en los que estoy interesado.					
10	Leo acerca de temas ambientales.					
11	Tengo casi una obsesión por esta actividad.					
12	Regalo ropa usada.					
13	Ayudo en tareas a compañeros.					
14	Cunado converso con otras personas les digo que debería estar trabajando.					
15	Reciclo productos.					
16	La actividad que me gusta realizar esta en armonía con las otras actividades de mi vida.					

N°	ITEM	1	2	3	4	5
17	Mi percepción me permite encontrar soluciones a los problemas.					
18	Reutilizo cuadernos y hojas.					
29	Hago saber cuándo dañan el ambiente.					
20	Pienso que los niños tienen mismo derecho que los adultos.					
21	Pienso que el hombre y la mujer tienen las mismas obligaciones en casa.					
22	Ayudo a personas mayores a cruzar la calle.					
23	Mi actividad está bien integrada con mi vida.					
24	Pienso que la mayor satisfacción de mi vida proviene de mi trabajo en mi emprendimiento.					
25	Despierto pensando en cosas del trabajo.					
26	Los recursos naturales deben repartirse equitativamente.					
27	Esta actividad refleja las cualidades que me gustan de mí mismo.					
28	Prefiero comer en casa que en un restaurante.					
29	Esta actividad me permite vivir una variedad de experiencias.					
30	He dejado de asistir a actividades personales por estar trabajando.					

Anexo 2.

PROTOCOLO DE RESPUESTAS

RESPUESTAS	PUNTAJE
Nunca	1
Casi Nunca	2
Algunas Veces	3
Casi Siempre	4
Siempre	5

Anexo 3.

DIMENSIONES Y SUBESCALAS

Pasión hacia el emprendimiento			Orientación a la sustentabilidad				Identificación de oportunidades	
Apego hacia la actividad	Pasión armoniosa	Dedicación hacia el emprendimiento	Conducta pro-ecológica	Frugalidad	Altruismo	Equidad	Ítems del cuestionario	Pregunta abierta
1	16	4	5	3	7	20	2	Ninguna respuesta 0 pts.
6	23	11	10	18	12	21	9	De una a 3: 5puntos
8	27	14	15	28	13	26	7	Más de 4: 10 pts.
24	29	30	19		22			
PE= (Total de puntos/60) *30%			OS= (Total de puntos/80) *50%				IO= (Total de puntos/25) *20%	

Potencial de Emprendimiento Social= PE+OS+IO

Anexo 4.

ESCALA DE MOTIVACIÓN DE LOGRO

A continuación, encontrarás un conjunto de oraciones que describan como puedes sentirte, como piensas o actúas. Al contestar analice cada enunciado uno por uno y recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas. Sea sincero al responder.

Hay tres respuestas posibles para cada oración: **SIEMPRE** / **AVECES** / **NUNCA**

N°	ÍTEM	SIEMPRE	AVECES	NUNCA
1	En el futuro quisiera trabajar muy duro.			
2	Me gustaría tener un trabajo en el que tenga muchas responsabilidades.			
3	Creo que los demás piensan que yo estudio mucho.			
4	Cuando tengo rabia, lo demuestro.			
5	Me gusta hacer mis tareas.			
6	Al comer, tengo buenos modales.			
7	Cuando hay que formar grupos de trabajo en el salón, busco juntarme con alguien divertido.			
8	Creo que los profesores piensan que soy trabajador.			
9	Cuando estoy haciendo algo que no me sale bien sigo intentando por mucho tiempo hasta que me salga.			
10	Yo me aburro.			
11	En mi casa yo soy desobediente.			
12	Cuando llego a mi casa después de la universidad, prefiero hacer las tareas antes que ponerme a divertir.			
13	Admiro a las personas que han logrado mucho en su trabajo.			
14	Hago planes para mi futuro.			
15	Me molesta que la clase se pase de la hora.			
16	Estudio porque quiero sacarme la nota más alta.			
17	Digo la verdad.			
18	Pienso en mi futuro en el largo plazo.			
19	Me esfuerzo por obtener las mejores notas.			
20	En el salón, me junto con compañeros estudiosos.			
21	Cuando me preocupo por mis notas, estudio más.			
22	Cuando tengo que hacer un trabajo, trato de terminar lo más rápido posible, aunque no me salga perfecta.			
23	Soy amable con los demás.			
24	Me gusta estudiar.			

25	Hablo mal de otras personas.			
26	Al hacer los trabajos, me esfuerzo por mantener mi atención.			
27	En mi casa, solo me siento tranquilo después de terminar las tareas.			
28	Me gusta escuchar las clases.			
29	Presto atención en clase.			
30	Cuando cometo un error lo reconozco.			
31	Prefiero hacer un trabajo con un compañero con el que pueda estudiar, que uno con el que me divierta.			
32	Cuando hago algo, trato de hacerlo de manera perfecta.			
33	Me molesto cuando no consigo lo que quiero.			

ANEXO 5.

PROTOCOLO DE RESPUESTAS

RESPUESTAS	NIVEL
Siempre	Alto
A veces	Medio
Nunca	Bajo

ANEXO 6.

BAREMOS Y ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS SUBESCLAS DE MOTIVACION DE LOGRO

	FACTOR 1	FACTOR 2	MOTIVACION DEL LOGRO
\bar{x}	14.24	12.33	26.57
σ	3.345	3.027	5.476
Bajo	0 a 13	0 a 10	0 a 25
Medio	14 a 16	11 a 14	26 a 29
Alto	17 a 20	15 a 18	30 a 38
g1 (EE)	-1.468 (.124)	-1.092 (.124)	-1.909 (.124)
g2 (EE)	4.224 (.247)	2.776 (.247)	7.361 (.247)
Z asimetría	-11.838	-8.806	-15.395
Z curtosis	17.101	11.238	29.801

Nota: n = 388; \bar{x} = media; σ = varianza; g₁ = asimetría; g₂ = curtosis; EE = error estándar
Fuente: Elaboración propia

Anexo 7.

AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Trujillo, 18 de octubre 2020

Señora Doctora

ZELMIRA LOZANO SANCHEZ

Directora del Programa de Estudios de Psicología - UPAO

Presente

De mi consideración:

Es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente, para presentarle a los estudiantes **Palma Rafael, Wendy Jazmín, ID 000140280 y Jaramillo Hilario, Valeria Nicole, ID 000164995**, quienes cursan la asignatura Tesis II en el Programa de Estudio de Psicología y se encuentran ejecutando el trabajo de investigación titulado: **“Emprendimiento social y Motivación de logro en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad de Trujillo, 2020”**,

En ese sentido nuestros estudiantes solicitan a su despacho la autorización para poder aplicar los siguientes instrumentos psicométricos: **aplicación de “Escala de Emprendimiento Personal” y el “Test de Motivación de Logro Académico” de Thornberry** a estudiantes universitarios del programa académico de psicológica de Universidad Privada Antenor Orrego, que usted dirige.

Una vez culminada la investigación y posterior a la sustentación del informe de tesis nuestro(s) estudiante(s) se comprometen a presentar un ejemplar de la investigación a su despacho para su conocimiento y fines pertinentes.

Adjunto: a la presente la resolución **N° 262-2020-FMEHU-UPAO** de aprobación del proyecto de tesis. Formulario de consentimiento informado que se empleará con la finalidad de garantizar el acuerdo voluntario de la población que será parte del estudio.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad, para reiterarle los sentimientos de mi especial consideración.

Anexo 8.

Consentimiento Informado

Por medio del presente documento manifiesto que se me ha brindado información para la participación en la investigación científica que se aplicará a estudiantes de la Facultad de Medicina Humana.

Se me ha explicado que:

El objetivo del estudio es determinar la relación entre emprendimiento y motivación en estudiantes de psicología de último año académico de una Universidad Privada de Trujillo, 2020.

- El procedimiento consiste en responder a dos cuestionarios denominados "Escala de emprendimiento social" y el "Test de Motivación de Logro Académico".
- El tiempo de duración de mi participación es de 5 min.
- Puedo recibir respuesta a cualquier pregunta o aclaración.
- Soy libre de rehusarme a participar en cualquier momento y dejar de participar en la investigación, sin que ello me perjudique.
- No se identificará mi identidad y se reservará la información que yo proporcione. Sólo será revelada la información que proporcione cuando haya riesgo o peligro para mi persona o para los demás o en caso de mandato judicial.
- Mi participación se realizará a través de una plataforma virtual, es decir de manera no presencial.
- Puedo contactarme con las autoras de la investigación Valeria Nicole Jaramillo Hilario y Wendy Jazmín Palma Rafael mediante correo electrónico para presentar mis preguntas y recibir respuestas.

Finalmente, bajo estas condiciones **ACEPTO** ser participante de la investigación.



Valeria Nicole Jaramillo Hilario
DNI N° 75951141



Wendy Jazmín Palma Rafael
DNI N° 70875180

En caso de alguna duda o inquietud sobre la participación en el estudio puedo escribir al correo electrónico wpalmar1@upao.edu.pe

Anexo 9.

Análisis de la distribución de la muestra mediante la Prueba Kolmogorov-Smirnov (corrección Lilliefors) según la prueba de Emprendimiento social y prueba de Motivación de logro en estudiantes de psicología.

		Potencial de emprendimiento social	Motivación del logro
	N	101	101
Parámetros normales ^{a,b}	Media	3,74	2,95
	Desv. Desviación	,611	,296
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,356	,537
	Positivo	,267	,434
	Negativo	-,356	-,537
Estadístico de prueba		,356	,537
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c
a. La distribución de prueba es normal.			
b. Se calcula a partir de datos.			
c. Corrección de significación de Lilliefors.			